GRUPO FAMETRO

PLANEJAMENTO DE MARKETING E GESTÃO

Uma abordagem integrada

Organizadora

WANILCE DO SOCORRO PIMENTEL DO CARMO

Editora Poisson

VOLUME 1

Wanilce do Socorro Pimentel do Carmo
(Organizadora)

Planejamento de marketing e gestão: uma abordagem integrada

Volume 1

1ª Edição

Belo Horizonte

Editora Poisson

2024

Editor Chefe: Dr. Darly Fernando Andrade

Conselho Editorial

Dr. Antônio Artur de Souza – Universidade Federal de Minas Gerais
Ms. Davilson Eduardo Andrade
Dra. Elizângela de Jesus Oliveira – Universidade Federal do Amazonas
MSc. Fabiane dos Santos
Dr. José Eduardo Ferreira Lopes – Universidade Federal de Uberlândia
Dr. Otaviano Francisco Neves – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais
Dr. Luiz Cláudio de Lima – Universidade FUMEC
Dr. Nelson Ferreira Filho – Faculdades Kennedy
Ms. Valdiney Alves de Oliveira – Universidade Federal de Uberlândia

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

P53
Planejamento de marketing e gestão: uma abordagem integrada – Volume 1/Organização: Wanilce do Socorro Pimentel do Carmo – Belo Horizonte – MG: Editora Poisson, 2024

Formato: PDF
ISBN: 978-65-5866-463-5
DOI: 10.36229/978-65-5866-463-5

Modo de acesso: World Wide Web
Inclui bibliografia

1. Marketing 2. Gestão Estratégica I. CARMO, Wanilce do Socorro Pimentel II. Título

CDD-658.8

Sônia Márcia Soares de Moura – CRB 6/1896

O conteúdo deste livro está licenciado sob a Licença de Atribuição Creative Commons 4.0.
Com ela é permitido compartilhar o livro, devendo ser dado o devido crédito, não podendo ser utilizado para fins comerciais e nem ser alterada.

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos seus respectivos autores.

Esse e outros títulos podem ser baixados gratuitamente em www.poisson.com.br
Entre em contato pelo contato@poisson.com.br

Organizadoras

Wanilce do Socorro Pimentel do Carmo

Bacharel em Administração, Licenciatura em Filosofia, Pós em Metodologia do Ensino Superior, Mestre em Educação e Ensino de Ciências na Amazônia, (UEA) Integrante do Grupo de Pesquisa/ CNPQ: Alternativas Inovadoras para o Ensino de Ciências Naturais na Amazônia (AIECAM) da UEA. Experiência na docência 20 anos, graduação e pós-graduação, contribuindo nas áreas de administração, gestão e cursos afins, como também orientação de projetos e artigos científico, realizando trabalho de incentivo à produção intelectual e publicação acadêmica. Consultora de negócios, treinamento de alta performance e atendimento à clientes.

Revisora da língua portuguesa

Luiza Maristela de Souza Oliva

Licenciada em Letras com habilitação em Língua Portuguesa, Especialista em Psicopedagogia, Mestra em Engenharia de Produção, todos cursados pela Universidade Federal do Amazonas. Em 2021, concluiu a Especialização em Neuropsicopedagogia, contribuindo ainda mais para sua compreensão holística de educação. Com uma sólida bagagem na área educacional, destaca-se como membro ativo da Comissão de correção das provas de redação dos Processos Seletivos da UFAM por 21 anos e em um grande exame nacional, também como corretora de redação, mostrando seu comprometimento com a qualidade do ensino e avaliação.

Prefácio

Honra-me sobremaneira prefaciar o Volume II do Livro - Planejamento de Marketing e Gestão: “Uma Abordagem Integradora". O estudo consiste no Trabalho Acadêmico de Conclusão dos alunos do Curso de Ciências Contábeis da Fametro - Unidade Zona Leste. A partir deste contexto, os artigos presentes nesse livro refletem não apenas o conhecimento adquirido, mas também a dedicação e o comprometimento que a turma investiu na busca pela excelência na área da Contabilidade.

A área do marketing é muito importante para qualquer organização para utilizar estratégias por meio de boas ações, é possível construir uma marca forte, melhorar o relacionamento com os clientes, engajar os consumidores, criar mais alternativas de receita e aumentar as vendas em seu negócio.

A coletânea dos artigos que compõem o livro tem como objetivo subsidiar futuras pesquisas sobre o Planejamento e a Gestão Mercadológica, aspectos de muita importância para organizações, tendo em vista que a utilização do marketing de forma adequada nas empresas pode gerar resultados fantásticos e diferenciar o negócio da concorrência.

Para construir uma marca forte no mercado é fundamental que a empresa cresça de maneira sustentável. Ter uma boa reputação é um dos principais fatores que valorizam a corporação, permitindo a lucratividade.

Assim, é necessário investir para melhorar esse aspecto e ganhar relevância no nicho de atuação. O marketing é eficaz para atingir esse objetivo, visto que muitas das suas ações são direcionadas para a construção de valor da empresa.

A primeira sensação vem do fato de perceber que esta produção se vincula a prática acadêmica do processo de construção coletiva do conhecimento nas áreas da Contabilidade, Marketing e Tecnologia da Informação. Estudos de casos pretendem orientar as empresas sobre as estratégias, gerenciamento e uso da tecnologia nas áreas supracitadas.

É como se os autores procurassem destacar o cotidiano, o vivido e vivenciado em suas práticas na aprendizagem do ambiente acadêmico e replicassem o conhecimento através de ações intervenções baseadas nas observações, análises e bibliografias que versem sobre os ações propostas, mas tudo isto refletido e elaborado crítica e criteriosamente.

Torna-se constante a busca de estratégias e outros mecanismos que proporcionem melhoria no desempenho das organizações. Essa melhoria reflete no processo desde a oferta de produtos e serviços, visando a atendimento ao público - alvo das organizações - bem como internamente, com o intuito de valorizar os seus colaboradores.

No contexto empresarial, a área do marketing tem como principal função garantir que a empresa mantenha e conquiste novos clientes, portanto todos na empresa devem estar conectados com a missão, visão e os objetivos para que encontrem formas de otimizar as estratégias de marketing, nesse sentido, contar com dados de qualidade e saber como interpretá-los é um passo importante para diferenciar uma empresa da outra. Todavia, é necessário para que se possa ter bons resultados de curto, médio e longo prazo.

Diante do desafio, este livro aborda a aplicabilidade de Contabilidade, Marketing e Tecnologia da Informação, que permitem através do conhecimento adquirido a identificação dos problemas vivenciados no ambiente das organizações para compreender a realidade das empresas, o volume I desse livro apresenta uma coletânea de artigos diversificados na áreas supracitadas, os quais subsidiarão, como fonte de pesquisa, futuros acadêmicos.

Aos leitores, espera-se que este livro seja mais do que uma fonte de informação, mas uma inspiração para enfrentar desafios, desenvolver novas competências e habilidades em suas jornadas acadêmicas e profissionais.

Os temas dos artigos abordados neste livro proporcionarão uma leitura atrativa, diversificada, e rica em contribuições e conhecimentos para o leitor.

Dentre eles:

1. O Papel Estratégico da Gestão de Estoque no Setor Farmacêutico.
2. A importância da Tecnologia para o Gerenciamento de Rotas: Estudo de Caso na empresa INDAMA - Coleta de óleo usado.
3. Contabilidade Gerencial como ferramenta de gestão para tomada de decisões em uma microempresa no ramo de Telecomunicações em Manaus.
4. Ferramenta s de Marketing Digital Contábil e seu impacto financeiro no crescimento das organizações: Estudo de caso na empresa H Almeida M.E.
5. Estratégias para aumentar a Captação e Fidelização de Clientes no setor contábil na era da informação: Um estudo de caso do Escritório Global Contabilidade em Manaus -Am.
6. Tecnologia como Ferramenta de otimização do Processo de Escrituração Contábil e da produtividade na empresa CF Contabilidade Manaus.

Ressalta-se também que este trabalho foi muito significativo para os autores, visto que envolveu os alunos egressos que tiveram a oportunidade de pesquisar diversas fontes de base científica para construção de seus artigos, acredita-se que tenha sido uma experiência muito gratificante para todos.

Na oportunidade congratulo a profa. Me. Wanilce do Socorro Pimentel que conduziu com presteza e competência os acadêmicos do Curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário CEUNI - Fametro Unidade Zona Leste, pelos trabalhos desenvolvidos, fruto de pesquisa e perseverança frente às adversidades vivenciadas. Haja visto a publicação do livro composta da coletânea dos artigos que contribuirão significativamente para futuras pesquisas nas áreas da Contabilidade, Marketing e Tecnologia da Informação.

Por estas razões, entre outras que se desvelam no conteúdo didático e instigante deste livro, é com orgulho e grata satisfação que apresento e recomendo a presente obra, que servirá como fonte de inspiração para gerar novas pesquisas.

Professora Me. Rejane Flores da Costa

SUMÁRIO

Capítulo 1: O papel estratégico da gestão de estoque no setor farmacêutico 08

Jaquelino Fonseca Valente, Leideane Monteiro Bastos Silva, Wanilce do Socorro Pimentel do Carmo

DOI: 10.36229/978-65-5866-463-5.CAP.01

Capítulo 2: A importância da tecnologia no gerenciamento de rotas aplicada á contabilidade gerencial: Um estudo de caso na empresa INDAMA Coleta de Oléo na cidade de Manaus-AM 21

Sandriellen Nunes Martins, Carla Renata Pereira da Silva, Maria Etelvina Nascimento Colares, Wanilce do Socorro Pimentel do Carmo

DOI: 10.36229/978-65-5866-463-5.CAP.02

Capítulo 3: Contabilidade gerencial como ferramenta de gestão paratomada de decisões em uma microempresa no ramo de telecomunicações em Manaus 39

Janaina de Souza Almeida, Ketheleen Barroso Ferreira Leite, Shirley Silva da Costa, Wanilce do Socorro Pimentel do Carmo

DOI: 10.36229/978-65-5866-463-5.CAP.03

Capítulo 4: Ferramentas de marketing digital contábil e seus impactos financeiros no crescimento das organizações: estudo de caso da empresa H Almeida ME 53

Mateus Rodrigues Barros, Rafael Edson Carvalho de Andrade, Wanilce do Socorro Pimentel do Carmo

DOI: 10.36229/978-65-5866-463-5.CAP.04

Capítulo 5: Estratégias para aumentar a captação e fidelização de clientes no setor contábil na era da informação: um estudo de caso do escritório Global Contabilidade em Manaus-AM 71

Erlen Barbosa Nogueira, Raquel Aguiar de Moura Maciel, Wanilce do Socorro Pimentel do Carmo

DOI: 10.36229/978-65-5866-463-5.CAP.05

Capítulo 6: Tecnologia como ferramenta de otimização do processo de escrituração contábil e da produtividade na empresa CF Contabilidade Manaus 89

Aline Cruz de Souza, Nathan dos Santos de Araújo, Wanilce do Socorro Pimentel do Carmo

DOI: 10.36229/978-65-5866-463-5.CAP.06

Capítulo 1

O papel estratégico da gestão de estoque no setor farmacêutico[1]

Jaquelino Fonseca Valente[2]
Leideane Monteiro Bastos Silva[2]
Wanilce do Socorro Pimentel do Carmo[3]

Resumo: Este trabalho consiste em uma análise de gestão de estoque na Drogaria Pinto Manaus, localizada na cidade de Manaus-Amazonas, que atua em dois grandes bairros da cidade. Sua importância justifica-se pela importância de gerir um setor eficiente para atender perfeitamente o competitivo mercado de medicamentos. Foi realizada uma revisão bibliográfica para o tema estudado, detalhando os conceitos básicos de uma boa gestão de estoques, os tipos de informações que advêm da gestão e controle para tomada de decisões, estoques e a importância de manter o equilíbrio para atender a demanda dos existentes mercado. Baseado em um estudo de caso descritivo, com abordagem qualitativa, a técnica utilizada para identificação do problema foi realizada por meio de trabalho presencial. Foram identificadas fragilidades no processo de gestão de estoques, ruptura de estoque, acúmulo de itens de movimentação lenta. Com base na teoria estudada, foi sugerida a implementação e melhoria dos controles existentes. A implementação dos processos inicia-se com a organização física, inventário, cadastro no sistema, finalizando com a geração e análise de relatórios gerenciais para tomada de decisão. A organização física proporcionou otimização de espaço, melhorias e planejamento para novas aquisições, redução de itens de estoque com menor giro e melhor distribuição de lucro.

Palavras-chave: gestão de estoques, ciclo PDCA, métodos de avaliação de estoques.

---

[1] Artigo a ser apresentado como nota no final da prática em TCC II Curso de Ciências Contábeis no CentroUniversitário Fametro

[2] Graduandos do Curso de Ciências Contábeis no Centro Universitário Fametro.
[3] Docente e orientadora do curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário Fametro.

1. INTRODUÇÃO

Dentro do cenário industrial, o gerenciamento eficaz de estoques surge como um fator essencial para o êxito e a durabilidade das organizações. A adequada coordenação assegura a disponibilidade satisfatória de medicações para os clientes, desempenhando um papel importante na redução de gastos, evitando desperdícios e aprimorando os serviços prestados, considerando a importância do estoque como ferramenta produtiva que agrega valor ao consumidor final, e reconhecendo que um controle categórico pode otimizar os gastos e evitar desperdícios, a seguinte questão surge: Os métodos de gerenciamento de estoque atualmente empregados são adequados para garantir a qualidade dos serviços prestados pela empresa do setor farmacêutico?

Por meio de uma análise minuciosa evidenciando os principais métodos de controle de estoque visando melhorias nos processos e a redução de custos no setor farmacêutico a observação das técnicas contábeis apresentada de gestão de estoque identificando os métodos PEPS, UEPS e CUSTO MÉDIO PONDERADO, enfatizou seus pontos favoráveis e os desfavoráveis, essas práticas estão de acordo com as diretrizes recomendadas. E com a sugestão do método PDCA (Plan-Do-Check-Act) apresentou melhorias, maximizando os recursos disponíveis, incentivando cultura de aprimoramento incessante dos serviços oferecidos.

A presente análise justifica-se em apontar informações que possam contribuir com a gestão de estoque no setor farmacêutico, visando otimizar a performance operacional e a qualidade dos serviços. Destaca-se a necessidade de estratégias integradas, considerando o desenvolvimento sustentável e a inovação tecnológica. Os desafios incluem a necessidade de reduzir perdas e custos, lidar com o prazo de validade dos produtos, regulamentação rigorosa, complexidade dos produtos e demanda sazonal. A gestão fragmentada pode levar a problemas de acesso a medicamentos essenciais, impactando a saúde das pessoas.

A gestão de estoques eficiente no setor farmacêutico pode resultar em uma redução significativa de perdas desnecessárias e no aumento da lucratividade das empresas do setor. Conforme destacado por Vieira et al. (2016), um estoque bem-organizado e estruturado pode garantir a certificação das quantidades corretas e confiáveis de medicamentos, reduzindo assim as perdas financeiras associadas à expiração de produtos e à obsolescência.

A emaranhada rede de suprimentos deste setor, aliada à necessidade de harmonizar a oferta de medicamentos com os custos operacionais, sugere que as abordagens contábeis para a gestão de estoques atualmente utilizadas nas farmácias podem não estar completamente ajustadas, o que poderia gerar possíveis deficiências na qualidade dos serviços prestados pela indústria farmacêutica. Dada a rápida evolução tecnológica e as mudanças nas práticas de gestão empresarial, é possível que a adoção do método PDCA como controle de estoque mais avançados e eficientes, possa levar a uma melhoria significativa na eficiência operacional e na redução de custos, contribuindo assim para aprimorar as condições do serviço da farmácia.

2. A CONTABILIDADE E O CONTROLE DE ESTOQUE

A contabilidade, como disciplina intrínseca à evolução da civilização, tem suas raízes marcadas nas primeiras interações comerciais e movimentos humanos de controle e troca de bens. O comércio emergiu como uma atividade essencial e os registros

contábeis têm sido instrumentos fundamentais para documentar transações e garantir a manutenção do patrimônio. Com a ascensão da produção em massa e o advento da industrialização, a contabilidade de custos emergiu como uma ferramenta para a gestão econômica, como observado por Padoveze (2013). Por meio dessas métricas, as empresas puderam avaliar a viabilidade de diferentes estratégias de produção e precificação, possibilitando uma gestão mais eficiente dos recursos e uma maior adaptabilidade às demandas do mercado.

Como observado por Ballou (2006), os estoques representam não apenas ativos físicos, mas também investimentos significativos das organizações. A gestão eficaz desses recursos, conforme ressaltado por Carretoni (2000), exige não apenas controle físico, mas também análises financeiras e estratégicas para garantir a rentabilidade do capital investido.

3. MÉTODO DE AVALIAÇÃO DE ESTOQUES

3.1. MÉTODO PEPS

O método PEPS, ou Primeiro que Entra, Primeiro que Sai, é um sistema de avaliação de estoque que preconiza que as mercadorias que ingressam primeiro na entidade sejam as primeiras a sair. Essa abordagem mantem os valores próximos aos atuais de mercado. No entanto o custo de mercadorias vendidas pode apresentar oscilações e até mesmo uma redução de valores, especialmente ao utilizar lotes iniciais para cálculo. Marion (2010, p. 119, 120) acrescenta que o PEPS, em períodos de alta de preços, tende a refletir um valor de estoque final próximo ao custo das últimas compras, o que facilita a avaliação próxima do custo de reposição.

O PEPS é apontado como um método de fácil implementação e uso, mantendo o fluxo do estoque sempre ativo. Todavia, há uma ressalva quanto ao potencial de perdas de produtos devido à possível obsolescência ou expiração da validade, como mencionado por Marion (2010). Esse aspecto ressalta uma das limitações do método, uma vez que, ao priorizar a saída dos itens mais antigos, há o risco de produtos ficarem estocados por períodos prolongados, tornando-se impróprios para uso ou venda.

Marion (2010, p. 119, 120) destaca ainda que em períodos de aumento de preços, o PEPS tende a refletir um valor de estoque final próximo ao custo das últimas compras, o que o torna uma ferramenta valiosa para avaliação próxima do custo de reposição. Além disso, a simplicidade de implementação e uso do PEPS é ressaltada por diversos autores, como Marion (2010) e Redaelli (1998), que apontam sua eficiência em manter o fluxo do estoque sempre ativo, evitando a estocagem prolongada de produtos. reposição, é essencial considerar suas limitações e implementá-lo de forma estratégica para otimizar sua eficácia na gestão de estoques.

3.1.2. MÉTODO UEPS

O método UEPS, ou Último que Entra, Primeiro que Sai, representa uma abordagem própria na gestão de estoques, divergindo com o método PEPS em vários pontos. Marion (2010, p. 120) destaca que enquanto o PEPS reflete os preços mais recentes no estoque final, o UEPS conduz a um estoque final com preços mais próximos das aquisições mais antigas. Schier (2011, p.164) explica que o UEPS utiliza o último preço de aquisição para baixar o estoque, seguindo uma abordagem conservadora. No entanto, essa prática é

considerada contrária à legislação brasileira, como observado por Marion (2009), pois reduz o valor do Imposto de Renda a pagar. Niyama (2010, p. 65) ressalta que no contexto fiscal brasileiro, o UEPS não é admitido devido à sua influência na redução do imposto de renda, levando as empresas a adotarem métodos como a média ou o PEPS.

O UEPS tende a subavaliar os estoques em cenários de inflação, reduzindo o lucro líquido e, consequentemente, os impostos sobre o lucro. Almeida (2010, p.196) reforça essa visão, explicando que no UEPS, as quantidades em estoque são valorizadas pelos primeiros custos unitários, enquanto as vendas são valorizadas pelos últimos custos unitários, o que não é aceito pelo CPC 16. Apesar das controvérsias legais, o método UEPS tem suas próprias aplicações práticas. Ele se destaca em situações em que é crucial repassar ao cliente os preços atualizados dos últimos produtos comprados e estocados, independentemente de serem mais baratos ou mais caros, como ressaltado por Marion (2010). Isso é especialmente útil para produtos que não precisam de controle de validade, facilitando a gestão e a comercialização de itens que não têm restrições temporais significativas.

Por outro lado, a aplicabilidade do UEPS em certos contextos comerciais não pode ser descartada. A capacidade de repassar ao cliente os preços atualizados dos últimos produtos adquiridos e estocados, como destacado por Marion (2010), pode ser uma vantagem competitiva em indústrias onde a variação de preços é frequente e os produtos não são sensíveis à data de validade. Possibilitando uma melhor administração do estoque e uma resposta rápida às variações do mercado.

Empresas que comercializam produtos com histórico de preços estáveis ou em declínio podem se beneficiar do uso do UEPS para manter uma margem de lucro saudável e estável ao longo do tempo. Vale ressaltar que o UEPS não é uma solução universal e suas aplicações devem ser cuidadosamente consideradas. A subavaliação dos estoques em períodos de inflação pode distorcer a percepção da saúde financeira da organização e comprometer sua capacidade de planejamento e tomada de decisões.

3.1.3. CUSTO MÉDIO PONDERADO

O método do custo médio ponderado é uma estratégia de avaliação de estoque que se baseia na obtenção de um valor médio para os produtos, considerando tanto os lotes mais antigos quanto os mais recentes. Conforme destacado por Redaelli (1998) e Marion (2010, p. 120), cada item no estoque final é atribuído um valor que corresponde ao custo médio ponderado do produto ao longo de diferentes períodos de entrada, o que permite sua comercialização sem restrições.

Araújo (1987) observa que o custo médio ponderado contribui para suavizar as variações de preços ao longo do tempo, refletindo os custos efetivos de aquisição de materiais. Esse método é obtido ao calcular os custos dos materiais mais antigos e dos mais recentes, resultando em um valor médio para os materiais utilizados e os saldos. O CPC 16 determina que o custo do estoque pode ser atribuído pelo método PEPS ou pelo custo médio, destacando que o custo médio ponderado representa uma média empregada para determinar o preço médio do produto, considerando as várias compras efetuadas com diferentes valores e datas de entrada.

A abordagem do custo médio ponderado constitui uma estratégia contábil essencial para a administração de inventários, uma vez que possibilita uma análise

acurada dos preços dos itens, levando em conta as movimentações de entrada e saída ao longo do tempo. Redaelli (1998) destaca que cada item no estoque final é avaliado com base no custo médio ponderado do produto, o que simplifica a comercialização dos produtos sem restrições relacionadas aos períodos de compra. Araújo (1987) enfatiza que o custo médio ponderado tem um efeito estabilizante, já que suaviza as flutuações de preços ao longo do tempo, refletindo os custos reais de aquisição dos materiais. que buscam uma avaliação mais estável e representativa de seus estoques.

Iudícibus e Marion (1990, p. 103) esclarecem que, no custo médio ponderado, as quantidades monetárias das novas compras são integradas ao custo total do estoque existente antes da compra, resultando em um novo custo unitário obtido pela divisão desse valor global pelo total de unidades existentes. Esse método é amplamente utilizado em diferentes setores da indústria devido à sua simplicidade e eficácia na gestão de estoques. Almeida (2010, p. 197) destaca que, pelo método do custo médio, as quantidades em estoque e as que saem são valorizadas pelo custo unitário médio de aquisição ou fabricação, garantindo uma avaliação consistente e precisa dos estoques. Isso possibilita que as empresas façam escolhas embasadas em relação a aquisições, vendas e definição de preços, favorecendo a aplicabilidade operacional e a rentabilidade como um todo.

4. PDCA

O PDCA ou Ciclo de Deming é um método consagrado na gestão de processos e sistemas, reconhecido por sua eficácia na busca por resultados eficientes e confiáveis nas atividades organizacionais (DEMING, 1990). De acordo com Campos (1996), o PDCA é uma ferramenta essencial para alcançar as metas atribuídas aos produtos dos sistemas empresariais, proporcionando um caminho claro para o gerenciamento eficaz. O processo do PDCA é composto por quatro fases interligadas: Planejar, Fazer, Verificar e Agir. Na etapa de Planejamento, como explica Agostinetto (2006), são definidos objetivos claros e metas a serem alcançadas, juntamente com os métodos e processos necessários para atingir esses objetivos. É uma fase crucial, pois estabelece as bases para todo o ciclo.

No estágio de Execução, ou "Fazer", conforme descrito por Deming (1990), o plano elaborado na etapa de Planejamento é colocado em prática. Isso envolve esclarecer metas e planos para todos os envolvidos e treiná-los para garantir o sucesso da execução. Na terceira fase, de Verificação, os resultados obtidos são comparados com as metas estabelecidas na etapa de Planejamento. Isso é realizado através da análise dos dados coletados durante a execução, como destacado por Marshall (2006), para garantir que o processo esteja funcionando conforme o esperado.

Por fim, na etapa de ação, como definido por Deming (1990), são tomadas as providências necessárias com base na análise dos resultados. Se os resultados estiverem de acordo com as metas, o processo é padronizado. Caso contrário, são identificadas as causas dos desvios e implementadas mudanças para melhorar o processo. Essa fase é crucial para garantir a melhoria contínua e a eficácia do sistema. Portanto, o PDCA é muito mais do que um simples ciclo de quatro etapas. É uma abordagem estruturada e sistemática para a gestão eficaz dos processos organizacionais, focada na melhoria contínua e na busca por resultados cada vez melhores.

O PDCA é uma ferramenta dinâmica que promove uma cultura de melhoria contínua em todas as áreas em que é aplicada estimula a aprendizagem organizacional e o desenvolvimento de habilidades de resolução de problemas em toda a equipe (SILVA, 2015). Ao adotar o PDCA, as organizações podem criar um ambiente propício à inovação e ao aprimoramento constante, onde os colaboradores são incentivados a identificar oportunidades de melhoria e a contribuir ativamente para o sucesso da empresa (ALMEIDA, 2018). Na área da saúde, por exemplo, o PDCA é fundamental para garantir a segurança dos pacientes e a eficácia dos tratamentos. Ele permite que os profissionais de saúde identifiquem áreas de risco, implementem protocolos de segurança e monitorem continuamente os resultados para garantir a qualidade do atendimento (GOMES, 2017).

A integração das ferramentas analíticas ao Ciclo PDCA é fundamental para garantir uma abordagem baseada em evidências e orientada por dados. Durante a fase de Planejamento, essas ferramentas auxiliam na identificação de problemas, na definição de metas e na formulação de planos de ação. Durante a fase de Execução, elas auxiliam na coleta de dados e na implementação das atividades planejadas. Na fase de Verificação, as ferramentas analíticas são utilizadas para comparar os resultados obtidos com as metas estabelecidas, identificando desvios e oportunidades de melhoria. E, finalmente, na fase de Atuação Corretiva, essas ferramentas orientam as decisões para ajustar o plano de ação e promover mudanças eficazes no processo.

As ferramentas analíticas são essenciais para fortalecer o processo de tomada de decisão, melhorar a eficiência operacional e alcançar resultados consistentes e sustentáveis no Ciclo PDCA. Para atingir as metas de melhoria, será adotado o Ciclo PDCA, também chamado de Método de Solução de Problemas. Cada objetivo de aprimoramento é visto como um desafio a ser superado pela empresa.

5. METODOLOGIA

Com mais de 50 anos de história, a Drogaria Pinto, localizada no bairro de Santo Antônio em Manaus, é sinônimo de tradição e qualidade no setor farmacêutico. Iniciando suas atividades em 1971, a empresa se consolidou como referência na região, oferecendo uma variedade de produtos e serviços que vão além da simples venda de medicamentos. Com um portfólio que inclui desde a dispensação de medicamentos e a prestação de serviços farmacêuticos até a venda de produtos de conveniência, a Drogaria Pinto busca atender as necessidades de seus clientes de forma completa e personalizada. Visando o futuro, a empresa planeja expandir sua atuação, com a abertura de novas unidades e a implementação de um call center, para continuar oferecendo um atendimento de excelência e acompanhar o crescimento do mercado.

A análise SWOT aplicada revelou aspectos cruciais da gestão de estoque no setor farmacêutico. Identificaram-se forças como a importância do estoque na cadeia de valor e a diversidade de métodos de gestão disponíveis. Fraquezas como a complexidade da gestão e possíveis lacunas nos controles contábeis também foram evidenciadas.

O estudo destacou oportunidades de melhoria da eficiência operacional e a adoção de tecnologias inovadoras. No entanto, ameaças como a imprecisão no estoque e as mudanças regulatórias representam riscos significativos para a saúde pública e o desempenho das empresas.

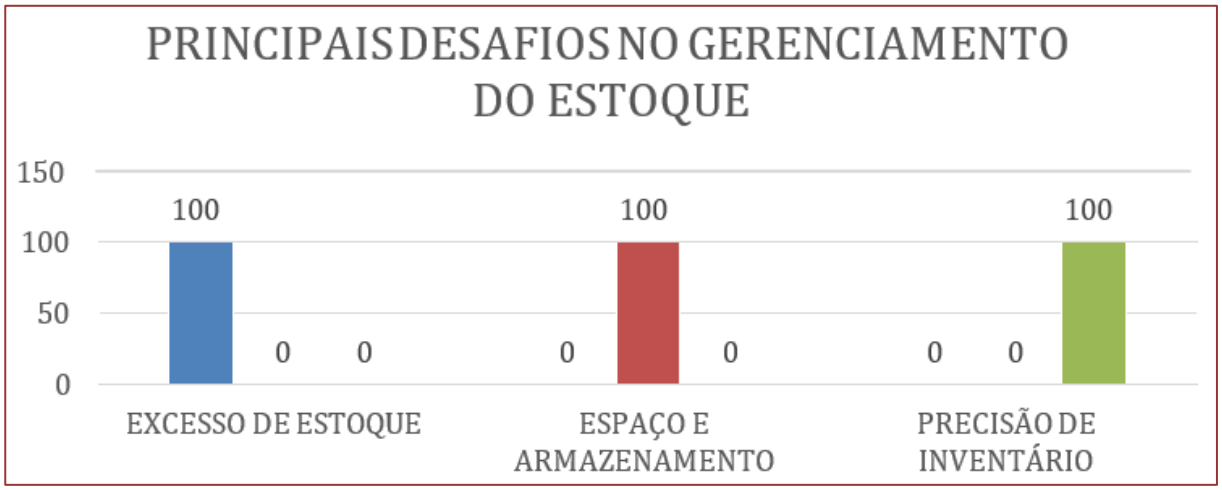
Figura 1 Análise SWOT realizada na Drogaria Pinto

Fonte: Resende adaptado pelos pesquisadores (2024).

6. IDENTIFICAÇÃO DO TEMA E OBJETIVOS

O tema desta pesquisa é o papel estratégico da gestão de estoque no ramo farmacêutico. O objetivo principal é analisar como as práticas de gestão de estoque influenciam o desempenho operacional e financeiro das farmácias, com foco na otimização dos recursos, na redução de

Figura 2 Apresentação dos principais desafios encontrados no gerenciamento do estoque.



Fonte: Leideane Monteiro Bastos Silva; Jaquelino Fonseca Valente;2024.

O gerenciamento de estoque é uma tarefa profunda que requer cuidado com vários aspectos, como a demanda, sazonalidade, custo de armazenagem, custo de pedidos (Ballou,2006). A ocorrência de problemas como excesso de mercadoria, falta de espaço e imprecisão no inventário pode comprometer a eficiência operacional e a lucratividade das empresas. A análise das causas desses problemas e a implementação de soluções adequadas são essenciais para garantir a otimização dos recursos e a satisfação dos clientes.

7. ANÁLISE DETALHADA DOS PROBLEMAS:

Excesso de mercadoria:

Causas: Previsões de demanda imprecisas, promoções não planejadas, longos ciclos de produção, obsolescência de produtos.

Consequências: Aumento dos custos de armazenamento, perda de capital investido em produtos parados, dificuldade de gestão do espaço físico.

Falta de espaço:

Causas: Crescimento desordenado do estoque, falta de planejamento na expansão do armazém, má organização dos produtos.

Consequências: Dificuldade de localizar produtos, aumento do tempo de picking, danos aos produtos armazenados.

Imprecisão no inventário:

Causas: Falta de padronização nos processos de contagem, erros de digitação, perdas e roubos, sistemas de gestão de estoque inadequados (GOMES, M., et al. 2011). Consequências: Decisões equivocadas sobre compras, produção e atendimento ao cliente, subavaliação ou superavaliação do estoque, dificuldades na conciliação contábil.

8. IMPACTO DOS PROBLEMAS NA EMPRESA:

Custos: Aumento dos custos de armazenamento, transporte, obsolescência, perdas e desperdícios.

Atendimento ao cliente: Dificuldade em satisfazer as necessidades dos clientes, vendas perdidas devido à ausência de produtos no estoque e atrasos nas entregas.

Eficiência operacional: Dificuldade em controlar o fluxo de materiais, aumento do tempo de processamento de pedidos, baixa produtividade dos colaboradores.

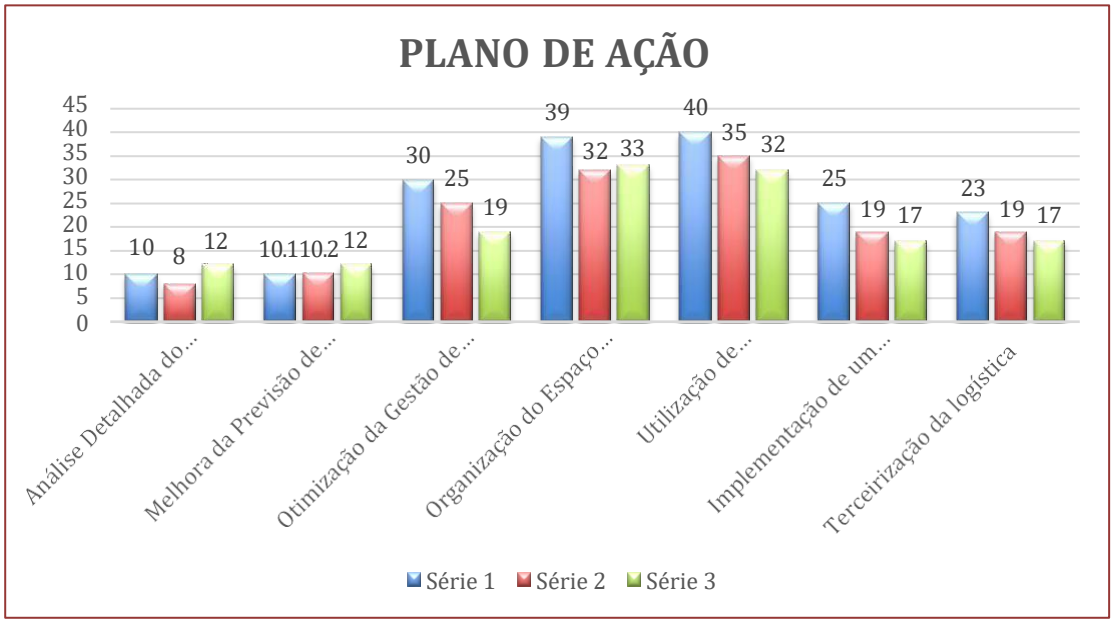
Reputação da empresa: Perda de credibilidade perante os clientes e fornecedores, dificuldades em estabelecer parcerias estratégicas.

9. ANÁLISE QUALITATIVA

A estratégia de análise de conteúdo, conforme ressaltado por Minayo (2014), é reconhecida como uma ferramenta fundamental na pesquisa qualitativa, permitindo a extração de significados profundos dos dados obtidos. A categorização dos dados em temas relevantes, como recomendado por Bardin (2016), é essencial para organizar a análise e facilitar a interpretação dos resultados em um contexto significativo. Através da

abordagem indutiva, também apoiada por Bardin (2016), é viável investigar os dados de maneira imparcial, possibilitando a identificação de padrões e tendências de maneira orgânica, sem a imposição de categorias pré-estabelecidas.

Figura 3: Plano de Ação



Fonte: Leideane Monteiro Bastos Silva; Jaquelino Fonseca Valente;2024.

10. RESOLUCAO DO PROBLEMA DE EXCESSO DE MERCADORIA, ESPAÇOE PRECISÃO NO INVENTÁRIO

O excesso de mercadoria, a ausência de espaço e a imprecisão no inventário são problemas comuns em diversas organizações. Há inúmeras táticas para aprimorar a administração de estoque, incluindo: Análise Detalhada do Estoque:

- Identificar os produtos: Fazer um levantamento completo de todos os itens em estoque, incluindo informações como quantidade, data de validade, custo e rotatividade.
- Classificar os produtos: Separar os produtos por categorias (A, B e C) de acordo com sua importância para o negócio. Priorizar a gestão dos produtos da categoria A, que geram maior receita.
- Avaliar a demanda: Analisar os históricos de vendas para entender a demanda real por cada produto e ajustar a quantidade em estoque.

Melhorar a Previsão de Demanda:

- Utilizar ferramentas de previsão: Softwares especializados podem auxiliar na previsão da demanda com base em dados históricos e tendências de mercado.
- Considerar fatores externos: Levar em conta fatores como sazonalidade, promoções, lançamentos de novos produtos e eventos externos que possam impactar a demanda.

Otimizar a Gestão de Pedidos:

- Estabelecer um ponto de reposição: Definir um nível mínimo de estoque para cada produto, garantindo que não falte no momento da venda.
- Utilizar um sistema de gestão de estoque: Um sistema eficiente permite automatizar a geração de pedidos de compra e acompanhar o movimento do estoque em tempo real.
- Negociar melhores condições com fornecedores: Estabelecer parcerias com fornecedores que ofertem prazos de entrega mais curtos e flexibilidade nas condições de pagamento.

Organizar o Espaço Físico:

- Otimizar o layout: Organizar o armazém de forma eficiente, utilizando prateleiras, paletes e outros equipamentos para maximizar o espaço.
- Realizar um inventário físico: Fazer um levantamento físico do estoque periodicamente para garantir a precisão das informações e identificar possíveis divergências.

Utilizar Ferramentas Tecnológicas:

- Sistema de gestão de estoque (WMS): Um WMS pode automatizar diversas tarefas, como a contagem de estoque, a geração de relatórios e a otimização da armazenagem.
- Codificação de produtos: Utilização de códigos de barras ou RFID para identificar os produtos e facilitar o controle do estoque.
- Análise de dados: Uso de instrumentos de tática empresarial para examinar as informações do inventário e detectar possibilidades de aprimoramento.

Implementar um Processo de Devolução Eficiente:

- Estabelecer uma política de devolução clara: Definir as condições para devolução de produtos e os procedimentos a serem seguidos.

Considerar a terceirização da logística:

- Outsourcing: Para empresas com pouco espaço físico ou que não desejam investir em um sistema de gestão de estoque próprio, a terceirização da logística pode ser uma alternativa viável.

Figura 4 Ciclo PDC

Fonte: Leideane Monteiro Bastos Silva; Jaquelino Fonseca Valente;2024

Tabela Ciclo PDCA aplicado na Drogaria Pinto

Ciclo PDCA	Etapa	Ação	Indicadores de Desempenho	Resultados Positivos
Ciclo 1	Plan	Definir metas de redução de estoque excedente em 20% em 3 meses.	Taxa de rotatividade de estoque, valor do estoque médio, ocupação do armazém.	Redução dos custos de armazenamento, aumento da taxa de rotatividade, liberação de espaço físico.
	Do	Implementar um sistema de previsão de demanda mais preciso, reduzir o tempo de produção e otimizar os processos de promoção.	Erro de previsão, tempo de produção, número de promoções não planejadas.	Aumento da precisão das previsões, redução do tempo de produção, melhor controle das promoções.
	Check	Monitorar os indicadores de desempenho mensalmente e comparar com as metas estabelecidas.	Gráficos de acompanhamento dos indicadores.	Identificação de desvios e oportunidades de melhoria.
	Act	Ajustar as estratégias de produção e comercialização com base nos resultados obtidos.	Novos planos de ação.	Melhoria contínua dos processos e redução dos custos.
Ciclo 2	Plan	Definir metas de otimização do layout do armazém e redução do tempo de picking em 15%.	Tempo de picking, distância percorrida pelos operadores, taxa de erros no picking.	Aumento da eficiência da operação, redução de danos aos produtos.

Fonte: Leideane Monteiro Bastos Silva; Jaquelino Fonseca Valente;2024

11. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo teve como objetivo principal compreender e implementar um sistema eficaz de gestão de estoque em uma empresa provedora de serviços farmacêuticos, visando otimizar processos, reduzir custos e melhorar a tomada de decisões.

Foram utilizadas ferramentas de gestão contábil, como o PDCA, em conjunto com métodos mais simples, como planilhas, a fim de facilitar a compreensão e a aplicação das novas práticas. A ênfase foi dada à organização física do estoque, à realização de inventários e ao registro sistemático das informações.

A análise demonstrou que é possível implementar um sistema eficaz de gestão de estoque, mesmo em empresas de menor porte, utilizando ferramentas simples e acessíveis. Os resultados alcançados evidenciam a relevância da administração de estoque para aprimorar processos, diminuir despesas e aumentar a competitividade da organização.

A implementação do sistema de gestão de estoque trouxe diversos benefícios para a empresa, ela passou a ter uma visão clara e atualizada dos seus estoques, permitindo identificar gargalos e oportunidades de melhoria, a organização do estoque resultou em um melhor aproveitamento do espaço local disponível, as operações de entrada e saída de materiais tornando se mais eficientes, reduzindo o tempo gasto com essas atividades.

REFERÊNCIAS

[1] AGOSTINETTO, R. (2006). ***Ferramentas da qualidade no ciclo PDCA***. Rio de Janeiro: Qualitymark.

[2] ALMEIDA, M. (2018). ***Gestão estratégica****: como implementar o Ciclo PDCA na sua empresa*. São Paulo: Editora Atlas.

[3] ALMEIDA, M. A. (2010). ***Contabilidade intermediária*****.** São Paulo: Atlas.

[4] ALVES, R. A. (2017). **Luca Pacioli e a teoria das partidas dobradas:** o legado de um mestre. *Editora Contábil*, 25(2), 45-56.

[5] ARAÚJO, A. C. (1987). ***Contabilidade de Custos****: Métodos de avaliação de estoque/s*. São Paulo: Atlas.

[6] BALLOU, R. H. (2006). ***Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos****: Logística Empresarial*. Porto Alegre: Bookman Editora, 5ª edição.

[7] BASSO, L. (2011). ***Gestão de estoques: Como aumentar lucratividade e reduzir custos***. São Paulo: Atlas.

[8] CAMPOS, V. F. (1996). ***Gerenciamento da rotina do trabalho do dia a dia***. Belo Horizonte: Editora Falconi.

[9] CARRETONI, G. (2000). ***Gestão Estratégica de Estoques****: Uma Abordagem Contábil*. São Paulo: Editora Econômica, 3ª edição.

[10] DEMING, W. E. (1990). ***The New Economics for Industry, Government, Education*** (2ª ed.). Massachusetts Institute of Technology, Center for Advanced Engineering Study.

[11] DIAS, A. L. (2012). ***Contabilidade de Custos***. São Paulo: Saraiva, 9ª edição.

[12] GOMES, M. (2017). **Aplicação do ciclo PDCA na gestão da qualidade em serviços de saúde**: estudo de caso em um hospital. Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina.

[13] GOMES, M., et al. (2011).: um estudo comparativo entre os métodos PEPS e UEPS. *Revista Brasileira* **Estratégias de controle de estoque** *de Contabilidade*, 25(3), 112-125.

[14] IUDÍCIBUS, S., & Marion, J. C. (2010). ***Contabilidade comercial*** (Vol. 19). São Paulo: Atlas. MARION, J. C. (2010). ***Contabilidade empresarial***. São Paulo: Atlas.

[15] MARSHALL, J. (2006). ***Ferramentas de gestão da qualidade****: um guia para a melhoria contínua*. Rio de Janeiro: Editora LTC.

[16] PADOVEZE, C. L. (2013). ***Contabilidade de Custos*****. São Paulo**: Cengage Learning, 10ª edição. PAOLESCHI, A. (2019). ***Contabilidade e Gestão de Estoques****: Uma Abordagem Integrada*. São Paulo: Pearson, 2ª edição.

[17] REDAELLI, E. (1998). ***Controle de estoques****: Melhorando a eficiência na gestão empresarial*. São Paulo: Nobel

[18] SCHIER, C. A. (2011). ***Administração de materiais e recursos patrimoniais***. São Paulo: Atlas. STARK, J. (2007). *Contabilidade de custos*. São Paulo: Atlas.

[19] VIEIRA, A., et al. (2016). Estudo sobre gestão de estoques no ramo farmacêutico: impacto na redução de perdas e aumento da lucratividade. *Revista de Administração Farmacêutica*, 12(3), 45-58.

[20] WARREN, C. S., Reeve, J. M., Duchac, J., & Padoveze, C. L. (2009). Contabilidade gerencial. São Paulo: Cengage Learning

Capítulo 2

A importância da tecnologia no gerenciamento de rotas aplicada á contabilidade gerencial: Um estudo de caso na empresa INDAMA Coleta de Oléo na cidade de Manaus-AM[1]

Sandriellen Nunes Martins[2]
Carla Renata Pereira da Silva[2]
Maria Etelvina Nascimento Colares[2]
Wanilce do Socorro Pimentel do Carmo[3]

Resumo: O presente artigo destaca o uso tecnologia aplicada a contabilidade gerencial como ferramenta relevante para a gestão de rotas na logística da empresa para a tomada de decisões. Logo, a escolha desse tema surgiu da necessidade de identificar a importância da contabilidade gerencial no uso da teconologia para a atividade operacional da empresa, sendo assim questiona-se: De que maneira a tecnologia aplicada a Contabilidade Gerencial poderá impactar no processo de implementação de um aplicativo de rotas para a otimização da logística na empresa INDAMA coleta de óleo de fritura? os conceitos utilizados abordam temas como tecnologia, aplicação da contabilidade gerencial para desenvolvimento e implementação de um roteirizador, além disso, Foi realizada uma pesquisa qualiquantitativa com estudo de caso e análise de dados no qual a mesma foi a matriz SWOT, mostrando um resultado significativo identificando a possibilidade de implementação de um roteirizador, a fim de otimizar as rotas e o gerenciamento das atividades organizacionais, além de gerar informações gerenciais proporcionando melhores tomadas de decisões e mudanças futuras na empresa, outrossim promovendo a sustentabilidade ambiental.

Palavras-chave: Tecnologia; Contabilidade Gerencial; Gerenciamento de rotas.

---

[1] Artigo a ser apresentado como nota no final da prática em TCC II Curso de Ciências Contábeis no Centro Universitário Fametro

[2] Graduandos do Curso de Ciências Contábeis no Centro Universitário Fametro.
[3] Docente e orientadora do curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário Fametro

1. INTRODUÇÃO

A contabilidade gerencial fornece informações relevantes e estratégicas que visa a mensuração, análise e controle das operações da empresa para as tomadas de decisões, é um procedimento que traça metas, objetivos, desenvolve relatórios e uso da tecnologia para aprimorar o seu desempenho.

No contexto do século XX dos negócios, a eficiência, a precisão e a competitividade são atributos cruciais para a sustentabilidade e o sucesso das organizações. Dentro desse panorama a constante atualização e inovação para o atendimento das demandas de seus clientes. Com base nisso questiona-se: De que maneira a tecnologia aplicada a Contabilidade Gerencial poderá impactar no processo de implementação de um aplicativo de rotas para a otimização da logística na empresa INDAMA coleta de óleo de fritura?

O objetivo desse artigo é propor o desenvolvimento de um software de rotas, a fim de otimizar a tecnologia aplicada a contabilidade gerencial de maneira que o serviço seja mais acessível aos clientes, proporcionando uma gestão eficiente. Os seus objetivos específicos são: conceituar sistemas de tecnologia de um software, como um roteirizador; abordar impactos tecnológicos na contabilidade gerencial das empresas e na redução dos custos; implementar um aplicativo de gerenciamento de rotas para otimizar no processo das coletas.

A tecnologia permite acesso a informações aumentando a produtividade, facilitando as tarefas e otimizando o processo, tornando-o mais eficiente, sendo utilizado como instrumento para a contabilidade gerencial fornencendo informações financeiras e econômicas

Os avanços tecnológicos sempre são levados em consideração, por se tratar de uma ferramenta que tem grande poder de auxílio para o atendimento eficaz das demandas. No que tange a tecnologia é quem impulsiona para o alcance de resultados e melhorias no gerenciamento.

A logística é gestão que busca eficiência nas suas etapas operacionais, acompanhando desde o planejamento até sua entrega. Foi por meio dessa área de estudo em conjunto com os recursos tecnológicos que originou-se a preocupação quanto a gestão de rotas e a aplicação da contabilidade

Nessa atividade o gerenciamento de rotas emerge como uma prática estratégica capaz de otimizar a alocação de recursos e minimizar custos operacionais, contribuindo diretamente para competividade e o desempenho empresarial. A metodologia utilizada embasa-se em uma pesquisa de caráter exploratório, com abordagem qualitativa, onde foi feito um estudo de caso de maneira descritiva a definição da tecnologia no gerenciamento de rotas aplicada a contabilidade gerencial, verificando os processos produtivos da empresa, com aspecto analítico, como análise SWOT, pesquisa bibliográfica, propondo-se a responder soluções propícias para os resultados futuros.

Diante desses fatos, esta pesquisa se propõe a discorrer sobre o impacto da tecnologia no gerenciamento de rotas à aplicação da contabilidade gerencial para a coleta de dados informações relevantes e observar quais foram os devidos ganhos referentes a sua aplicabilidade e as práticas ambientais no processo operacional na de reutilização do óleo que impacta o meio ambiente e a sociedade.

2. TECNOLOGIA

A tecnologia sempre esteve ligada à história do homem, em conjunto com a utilização de objetos que foram transformados em instrumentos diversificados, fortalecendo o processo de edificação da sociedade humana. É importante salientar que através dessa evolução histórica dos métodos desenvolvidos pelo homem, pode-se entender a participação da humanidade e da tecnologia no aperfeiçoamento da sociedade. Desta forma, a palavra tecnologia vem da junção tecno que é de origem grega *techné* que significa arte, técnica ou ofício e *logia/logus* que quer dizer estudo, ou seja, o estudo das técnicas.

Segundo o autor Keinski (2011), a tecnologia é um grupo de conhecimento e princípios científicos. Nesse processo de humanização, o ser humano modifica o lugar onde está inserido. A tecnologia surgiu para contribuir na troca de conexão entre indivíduos e organizações. Além disso, as novas tecnologias foram aprimoradas para que obtivessem melhores resultados tanto no particular, como social.

De acordo com OLIVEIRA, 2011, p. 101:

> Em uma perspectiva técnico-científica, tecnologia refere-se à forma específica da relação entre o ser humano e a matéria no processo de trabalho, que envolve o uso de meios de produção para agir sobre a matéria, com base em energia, conhecimento e informação (OLIVEIRA, 2001, p.101).

No processo de transformação, o ser humano tem um papel crucial para o avanço da tecnologia pelo fato do processo de se adequar as mudanças e também a capacidadade de adaptação.

2.1. SOFTWARE

Em 1958 surgiu pela 1ª vez o termo *software* em uma publicação de artigo redigido pelo John Wilder Tukey, o mesmo responsável pelo termo *bit*, que quer dizer dígito binário.

Quando surgiu o conceito de componentes de *software*, houve uma tendência notável de compará-lo a elementos familiares da tecnologia de *hardware*, engenharia e até mesmo brinquedos. Isso se deve à sua semelhança com componentes tangíveis que são comuns no cotidiano das pessoas.

Portanto, esse fato fez com que a tecnologia de componentes começasse a ser divulgada e vendida para as empresas, visto que existia a ideia de que os componentes de *software* funcionariam da mesma maneira que nas outras áreas (Szyperski, et al., 2002).

Sendo assim o componente deve exercer sua função completa, mas não significa que ele não precise dos outros componentes para executar a sua função. Além disso, o componente deve ser identificado para que seja facilmente definido.

De acordo com Stair e Reynolds (2011) o software consiste em programas que comandam a operação do computador. Eles viabilizam o processamento das folhas de pagamento, o envio das contas para o consumidor e a emissão de dados para o crescimento de lucros e redução de custos para oferecer o melhor serviço ao cliente. Com

o software, é possível trabalhar em qualquer lugar a qualquer hora.

Sistemas e dispositivos baseados em computador dependem de uma variedade de softwares para operar eficientemente. Esses softwares são desenvolvidos para otimizar e agilizar o processamento de dados, além de realizar uma variedade de tarefas, simples e complexas, compatíveis com o *hardware* disponível (Stair & Reynolds, 2011).

Entretanto, *software* é um "objeto" instalado no computador o qual dispõe de diversas linguagens, possuindo uma grande importância para o funcionamento do sistema em que engloba uma estrutura complexa para o funcionamento, que pode ser exemplificado por *hardware*, comunicação de informações, documentos e entre outros componentes.

De acordo com SILVA,(2009,p. 47) Alessandro Rosini, afirma que o *software* pode ser dividido em:

1. Básico: programas que gerenciam o trabalho do computador internamente, considerando o processador central, as linhas de comunicação e os periféricos acoplados. São também chamados de sistemas operacionais.
2. Ferramentas: são as fornecidas pelos fabricantes, como os processadores de texto, as planilhas eletrônicas, etc.
3. Aplicativos: são os desenvolvidos para o usuário final na organização, os sistemas de informação (SILVA, 2009, p. 47).

Diante disso, os *softwares* são programas de computador que tendem a ser lógicos, de soluções algorítmicas, decodificadas numa linguagem de programação e executada numa máquina material.

Os softwares possuem invisibilidade, complexidade, mutabilidade e conformidade, ou seja, os softwares têm o papel principal e o mais importante da era tecnológica, no qual todo material digital possui.

Todos os materiais digitais, do computador ao smartphone, possuem diversos softwares, representando o cérebro da máquina, sendo eles responsáveis por executar e processar as informações e configurações para o funcionamento da parte física dos hardwares.

Pressman (2011), afirma que "certos softwares de sistema processam estruturas de informação complexas, porém determinadas. Outras aplicações de sistema processam dados indeterminados", ou seja, são dados que processam e interpretam nossas ações e os transformam em códigos binários. Os sistemas operacionais são os mais importantes, já que parte deles o funcionamento do aparelho, alguns exemplos de software de sistema são o Windows, Linux, Mac.

Entretanto, o software que é mais recomendado para a utilização nas empresas é o software livre, dado que o mesmo exige um livre arbítrio e autonomia empresarial.

Ainda segundo Pressman (2011), software de aplicação são os programas que são utilizados conforme a necessidade. Exemplos: Processador de textos (Microsoft Word, Adobe, LibreOffice entre outros); Cálculos (Microsoft Excel, Lotus 123 entre outros); Sistemas de gestão (Oracle, Microsoft Acess, LibreOffice); Apresentação gráfica (Microsoft Power point); Browsers (Mozilla Firefox, google Chrome, Opera, Safari) e Jogos

(programas para lazer, treinamento e desenvolvimento).

Sendo assim, é mais viável modificar e redistribuir esses programas sendo pago ou não. Entretanto, salienta-se a importância dos softwares para a utilização nas empresas. Visto que a tecnologia é algo indispensável atualmente, sendo utilizados em todo âmbito social.

2.1.1. CONTABILIDADE GERENCIAL

A Contabilidade Gerencial é um processo de análise e mensuração que fornece informações relevantes para o alcance de metas a fim de decisões que precisam ser tomadas de forma mais assertiva para o controle operacional da atividade organizacional.

Segundo TOTES; VIERA (2018) Contabilidade Gerencial refere-se à informação contábil desenvolvida para gestores dentro de uma organização. É o processo de identificar, mensurar, acumular, analisar, preparar, interpretar e comunicar informações que auxiliem os gestores a atingir objetivos organizacionais. O processo deve ser direcionado pelas necessidades informacionais dos funcionários da empresa e deve orientar suas decisões operacionais e de investimentos.

A Contabilidade gerencial fornece informações precisas e confiáveis para produção de relatórios como a coleta de dados que auxiliam nas decisões a serem tomadas para o crescimento fiananceiro e suas perspectivase oportunidades.

De acordo TOTES; VIERA (2018) A Contabilidade Gerencial tem por objetivo utilizar as ferramentas da Contabilidade para a tomada de decisões dentro de uma organização – seja uma empresa comercial ou industrial ou uma instituição sem fins lucrativos, ou ainda abrangendo todos os segmentos.

2.2. REDUÇÃO DE CUSTOS OPERACIONAIS

A tecnologia pode ter um impacto significativo nos custos das empresas de maneira positiva, como a implantação de sistemas de automação que podem reduzir os custos trabalhistas, aumentar a eficiência operacional e minimizar erros humanos.

De acordo com Hugo Neri; Fabio Cozman; Guilherme Plonski (2019, p. 61).

> A evolução efervescente da IA, por um lado, e as demandas cada vez mais intensas do mercado por soluções inteligentes para problemas reais, por outro lado, geram um crescente apelo para o uso de IA, pois essa possibilita a redução de custos e otimização de processos. Logo, o uso competente destas ferramentas torna a empresa ágil e eficiente, orientada por dados precisos em sua operação e estratégias de negócios Hugo Neri; Fabio Cozman; Guilherme Plonski (2019, p. 61).

Tecnologias como o sistema de gestão da cadeia de suprimentos (SCM) podem melhorar a eficiência logística, reduzir os custos de armazenamento e transporte e minimizar o risco de estoques obsoletos. Ferramentas como o software de gestão empresarial (ERP), e o sistema de gestão de relacionamento com o cliente (CRM) são

plataformas inteligentes que podem aprimorar a eficiência operacional ao otimizar processos, reduzir tempo de ciclo e minimizar desperdícios.

Segundo TOTES; VIEIRA(2018) O Custo é um gasto relativo a um bem ou serviço utilizado na produção de outros bens e serviços. O custo é também um gasto, só que reconhecido como tal, isto é, como custo, no momento da utilização dos fatores de produção (bens ou serviços) para a fabricação de um produto ou execução de um serviço.

O aperfeiçoamento da comunicação da empresa com o cliente de modo a atender suas necessidades e ainda desempenhar uma gestão eficiente da obtenção do produto até a entrega ao consumidor final, além de reduzir custos, desempenha um papel importante na obtenção de lucros a partir da satisfação do cliente com o serviço eficiente e eficaz fornecido pela empresa. A implantação desses sistemas também carrega um custo. Para Giurliani (1999, *apud*

Prates e Ospina) o uso de tecnologias de informação carrega consigo custos 'invisíveis', isto é, custos iniciais como a aquisição e implementação da tecnologia; custos de treinamento com funcionários que farão uso desta, além disso, custos relacionados às medidas de segurança como programas antivírus, a fim de impedir ameaças cibernéticas. É importante que as empresas considerem esses custos "invisíveis" ao avaliar o retorno sobre esse investimento.

2.2.1. LOGÍSTICA

A logística surgiu em 1986, e atua na operação interna e externa, enfatizando os elos entre cliente e fornecedor de uma cadeia de suprimentos e das etapas de todo o processo produtivo de uma empresa. A Logística no século XX é uma parte fundamental, por se tratar da gestão de transporte, que envolve todo processo desde o planejamento, controle e execução de forma que para essa atividade ser bem realizada é necessário que as etapas sejam executadas de maneira eficiente.

A Logística, segundo Ballou (1992, *apud* Fatec, 2021) é compreendida como o processo de planejar, implementar e controlar o fluxo de mercadorias de uma maneira eficiente, otimizando os aspectos relacionados ao transporte de uma organização para que, deste modo, possa proporcionar para a empresa a redução dos custos logísticos relacionados ao transporte, bem como realizar a entrega do produto ou serviço de qualidade cumprindo o prazo estipulado, para que, deste modo, o cliente se sinta satisfeito com o serviço prestado pela organização.

A logística possui três etapas básicas no seu processo de atividades: de entrada, de movimentação e de saída. A logística de entrada são os insumos da produção, a logística de movimentação é o controle e movimentação do estoque, a logística de saída é a rede distribuição do transporte.

Segundo Menchik (2011), a logística de entrada está relacionada com a movimentação de insumos necessários para ser feita a transformação para a produção. A logística de produção tem a responsabilidade de abastecer a linha de produção e do escoamento da efetiva produção até a expedição. A logística de saída envolve armazéns de estocagem até a distribuição, tendo como objetivo rápido atender a necessidades dos clientes

Para a gestão aplicada logística e a redução dos custos principalmente com a

distribuição, relacionada com a terceira etapa do processo das atividades com o transporte, visto que representam um dos elementos mais importantes para os custos logísticos, o desenvolvimento de ferramentas pode agregar qualidade no nível de serviço oferecido ao cliente.

2.2.2. GERENCIAMENTO DE ROTAS

Um roteirizador é um sistema de gerenciamento de rotas que funciona como uma ferramenta que organiza, da melhor forma as rotas para um motorista e para gestão logística otimiza todos o processo organizacional para informações relevantes.

Os softwares roteirizadores, segundo Marques (2002, *apud* Neves et al, 2002), atuam por meio de algoritmos avançados otimizados e modelos bem desenvolvidos, geralmente com a finalidade de minimizar o custo total da operação.

> A roteirização define os trajetos das rotas para a redução de tempo, distância percorrida entre a localidade dos clientes as zonas, bairros e redução dos custos operacionais logísticos, buscando melhores resultados e rotas para a coleta e entrega de itens em geral. Uma boa roteirização faz toda a diferença na qualidade do serviço prestado ao cliente, impactando na empresa principalmente na minimização doscustos do negócio.

De acordo com Sardinha (2017, p.37) a roteirização dos veículos compreende a emissão de uma rota que habilite a maior redução possível dos custos de distribuição de uma frota de veículos, os quais operam a partir de um ou de mais depósitos centrais, e após a observação das restrições relevantes a operação de entrega específica

As funções de roteirizador para a logística da empresa contribuem com o planejamento das rotas para entregas no prazo, de modo a aumentar a produtividade; o rastreio do veículo aumenta a segurança da carga, atende a expectativa do cliente trazendo a satisfação, controle na gestão e sinergia nas atividades; e a gestão de custos economiza tempo e dinheiro.

Segundo Neves et al, 2002 roteirização de carga é o processo de programação da distribuição da carga em rotas ou roteiros de entrega, realizando o cruzamento de dados de volume/peso do carregamento, o potencial de carga dos veículos e localização de entrega, a fim de obter o melhor resultado em relação à ocupação dos caminhões e atendimento dos prazos de entrega.

A programação de rotas por meio de um roteirizador á definir os melhores trajetos e curtos, o processo de roteirização á buscar uma eficiência na parte operacional, principalmente ligados com o transporte atrelando tempo, distância, trânsito, zonas, através dessa prática são estabelecidos estratégia eficientes tanto para entrega como coleta de produtos e gera uma economia para a empresa.

2.2.3. APLICATIVOS

Um aplicativo é um sistema que permite executar tarefas específicas que são desenvolvidas para dispositivos *mobiles*. Servem para várias finalidades e para gerenciamento de diversas tarefas. A praticidade dos aplicativos permite uma maior

proximidade e envolvimento com os usuários tanto para uso interno e externo, uma vez que o acesso é mais simples e rápido.

> Os aplicativos móveis estão cada vez mais presentes na rotina das pessoas, juntamente com a tecnologia dos dispositivos, pois precisa suprir a necessidade de muitos usuários de smartphones e tablets (LEMOS, 2014 *apud* SILVA, p. 13,2016).

Um dos principais benefícios dos aplicativos como sistema de informação é oferecer um conjunto de elementos fundamentais nas operações diversas, como entrega e coletas dos produtos. Um bom aplicativo também precisa facilitar a rotina dos usuários, fornecendo as informações para auxiliar o processo.

Para STAIR; REYNOLDS,2011

> Um sistema de informação (SI) é um conjunto de elementos ou componentes inter- relacionados que coleta (entrada), manipula (processo), armazena e dissemina dados (saída) e informações, para alcançar um *objetivo*. O mecanismo de realimentação é o componente que ajuda as organizações a alcançar seus objetivos, como aumentar os lucros ou melhorar os serviços ao cliente (STAIR; REYNOLDS;2011, p. 8 *apud* VASCONCELOS *e*tal.p.1,2012).

Alguns pontos podem tornar um aplicativo relevante, sendo necessário observar alguns aspectos essenciais que possam atender às necessidades dos usuários para desempenhar as funções de acordo com a demanda, como os limites físicos do aparelho do usuário e o perfil do usuário. Passo muito importante também é a definição do SO (Sistema Operacional), observando qual o SO que está em alto no mercado (MEDEIROS, 2014 *apud* SILVA, p.15,2016).

Os aplicativos como sistema de informação integram os setores, assim como as rotinas diárias, possibilitando comunicação de acordo com as necessidades dos usuários, além de ser desenvolvido para gerar lucros, pelo fato de otimizar e facilitar o alcance dos objetivos.

3. METODOLOGIA

Este artigo consiste em uma pesquisa de caráter exploratório, com abordagem qualiquantitativa de natureza aplicada, com levantamento bibliográfico e coleta de dados. Será realizada uma pesquisa na empresa INDAMA coleta de óleo de fritura para obtenção de informações relevantes para melhorias em suas atividades.

Para a coleta de dados foi aplicado um questionário de 7 perguntas subjetivas, no qual foram entrevistados 4 funcionários.

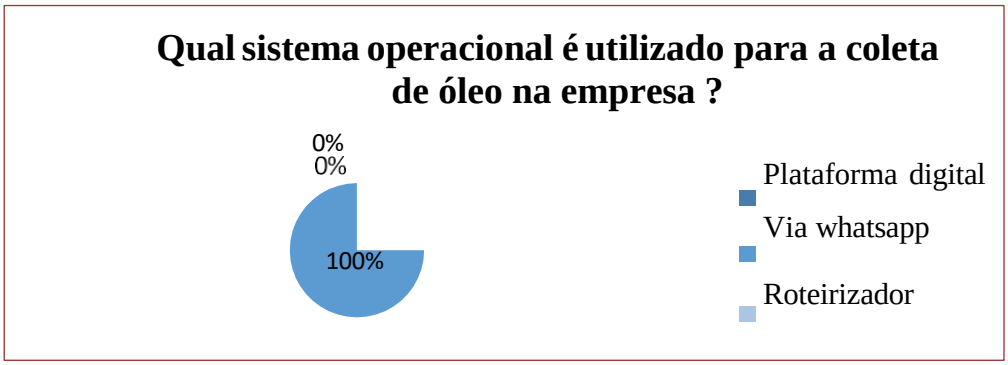
Tabela 1: Questionário para a Coleta de dados

Perguntas	Respostas
Qual sistema operacional é utilizado para a coleta de óleo na empresa ?	Via WhatsApp
Quantas coletas são feitas diariamente na empresa?	13
Como é feito a organização das rotas para coleta?	Agendamento
Como é a armazenagem no ato da coleta?	Tambor
O método de coleta utilizado pela empresa consegue atender a demanda?	Sim
Relacionado a sustentabilidade, há desperdício no transporte do óleo coletado?	Não
Qual é o nível de satisfação do cliente com a Empresa?	Ótimo

Fonte: Empresa Indama- atualizado pelas autoras

Na abordagem quantitativa, os gráficos serão analisados para verificação de informações relevantes.

Gráfico 01

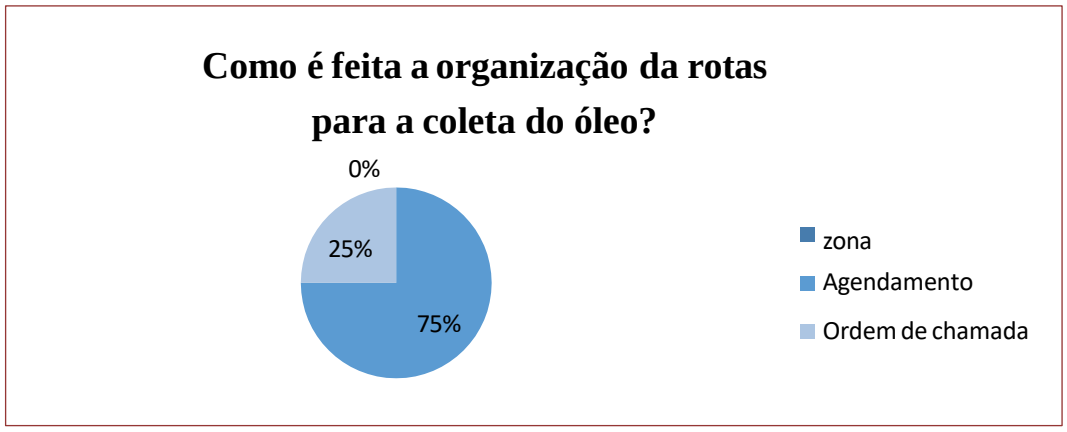


No gráfico 01, os entrevistados citaram 100% que a empesa recebe as solicitações para a coleta por via whatsapp

Gráfico 02

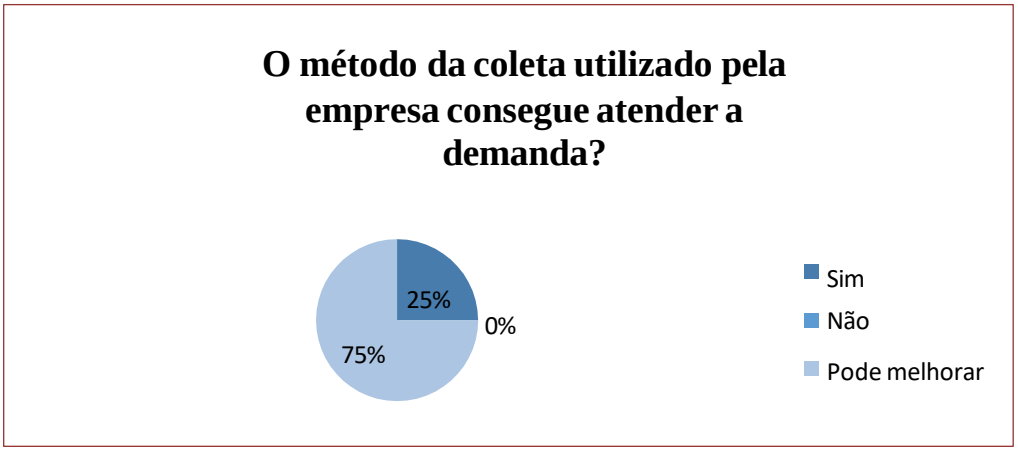
No gráfico 2, 25% dos entrevistados citaram que são realizadas 13 coletas, 25% acreditam que são 7 coletas e os 50% entrevistados que são 10 coletas diariamente.

Gráfico 03



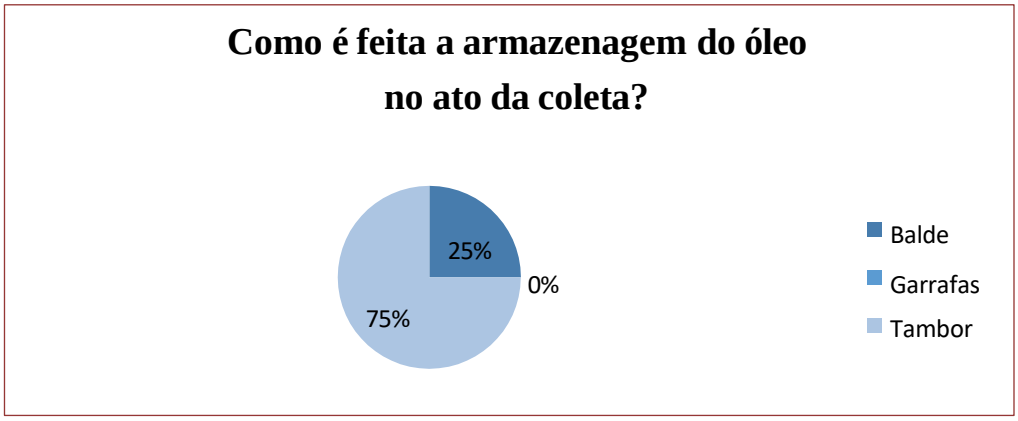
No gráfico 03, dos entrevistados 25% relataram que a organização da coletas são por ordem de chamada, 75% citaram que as coletas são por agendamento.

Gráfico 04



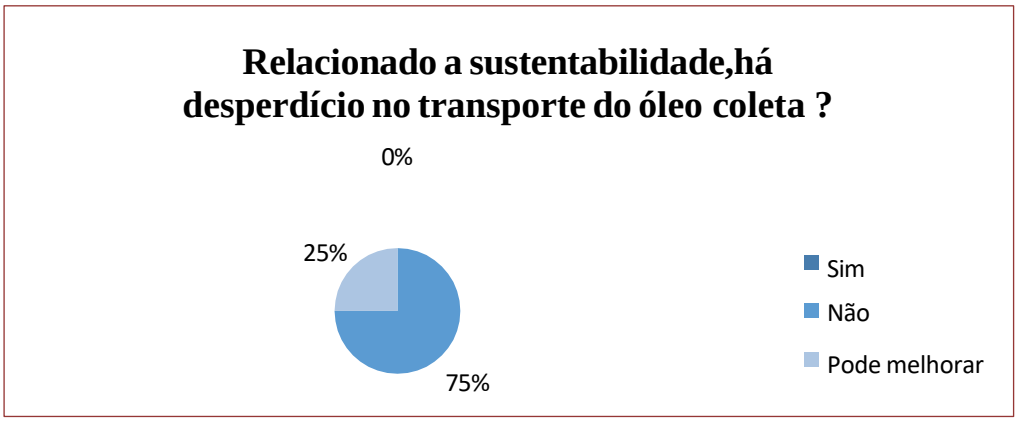
No gráfico 04, dos entrevistados, 25% citaram que o método consegue atender a demanda da empresa, 75% citaram que pode melhorar,

Gráfico 05



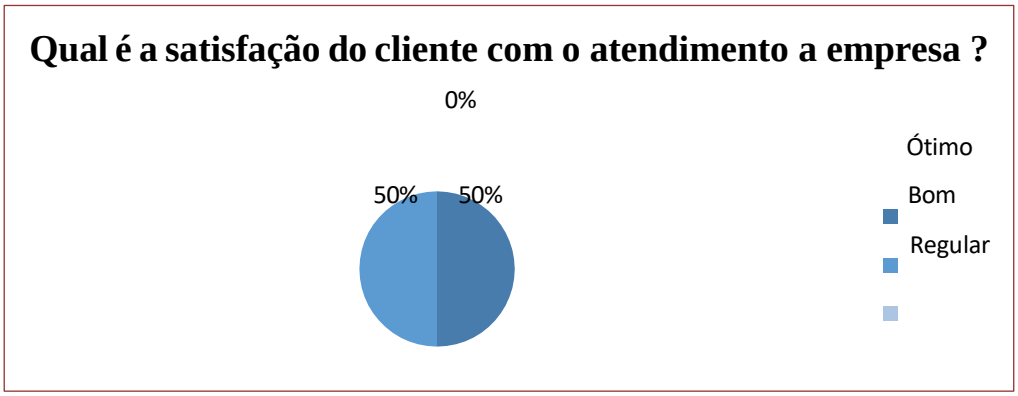
No gráfico 05, dos entrevistados, 25% relatam que o óleo é coletado em baldes, e 75% que seria coletados em tambores

Gráfico 06



No gráfico 06, dos entrevistados, 25% relatam que não há desperdício na coleta, 75% que pode melhorar no que tange a sustentabilidade

Gráfico 07



No gráfico, dos entrevistados 50%, relatam que o atendimento é ótimo e 50% que o atendimento é bom.

3.1. TIPO DE PESQUISA

A pesquisa exploratória serve para dar o apoio referencial no começo da investigação. Os autores Malhotra (1996), Churchill (1998) e Zikmund (1997) Apud (Sardinha,2017) indicam quatro métodos de pesquisa exploratória: fontes de dados secundários, estudo piloto, estudo de casos e observação. Para o desenvolvimento deste trabalho, a pesquisa exploratória consistiu na revisão bibliográfica, no levantamento documental e estatístico e na pesquisa de estudos efetuados, relativamente aos vários aspetos abordados, de forma a esclarecer e a clarificar os conceitos abordados ao longo da temática em estudo.

Foi realizado uma pesquisa na empresa INDAMA Coleta de Oléo de Fritura localizada na avenida Abiurana no bairro Mauazinho na cidade de Manaus-AM que tem o objetivo de promover através de sua atividade econômica a sustentabilidade, com o comprometimento com o meio ambiente e a sociedade.

A modalidade de pesquisa abordada neste artigo foi o estudo de caso, onde fundamenta- se em um estudo aprofundado, que possibilita uma compreensão detalhada de um ou poucos objetos. O propósito é disponibilizar uma visão global do problema e detectar fatores que influenciam e são influenciados por tal, gerando resultados em aberto, por hipóteses (Gil, 2002 *apud* Silva, 2016).

O estudo de caso é aplicado para solução de melhorias no processo gerencial na atividade de coletas da empresa no que tange a detectar o problema de acordo com as informações coletadas para a investigação, é o aprofundamento de coleta de dados para o suporte necessário para análises do processo com o objetivo de responder e explicar o problema científico

A investigação consiste em buscar respostas para obtenção de resultados, evidenciando os fatos que podem ser averiguados com pesquisas e análises através de métodos para determinado fim, com possibilidades de novos conhecimentos e informações, para isso é necessário que questões sejam formuladas para buscar os problemas e as possibilidades de soluções.

3.1.1. SWOT

A análise swot é uma ferramenta que é utilizada para identificar o cenário da empresa para o planejamento estratégico evidenciando os pontos que podem ser melhorados e as possibilidades crescimento e tendências do mercado.

Segundo FILHO et al(2014) a denominação SWOT é um acrônimo formado pelas palavras Strenghts (pontos fortes);Weaknesses(pontos fracos); Opportunities (oportunidades); e Threats (ameaças), que definem a análise como avaliação das forças e fraquezas, oportunidades e ameaças que após trabalhadas apoiarão a decisão estratégica. Seus melhores resultados são obtidos quando faz parte do planejamento global da empresa dentro de um contexto definido, e não tão eficaz quando utilizado com instrumento isolado.

A seguir podemos identificar por meio de uma análise e coleta de dados da matriz swot que são: as forças, fraquezas,ameaças e oportunidades da empresa no cenário atual e no mercado competitivo.

Figura 01: Análise da Matriz SWOT

FORÇAS: Geração de emprego e renda Responsabilidade socioambiental Certificação	**AMEAÇAS:** Concorrência
OPORTUNIDADES: Expandir na cidade de Manaus	**Fraqueza:** Logística

Fonte: Filho et al,2014 adaptado - Indama coleta de óleo de fritura - atualizada pelas autoras

Figura 02: Fluxograma: Etapa da coleta do oleo de fritura

Fonte: Adaptação das autoras

Tabela 2 Processo das atividades de logística e gererenciamento de rotas

ATIVIDAES	PROCESSO	DESVANTAGEM
GESTÃO	A gestão logística funciona com fluxo de informações	Riscos de mercado diminuição na produtividade
ESTOQUE	O óleo é coletado, transportado no tambor e armazenado em tanques	Estoque parado perdas e desperdícios
ROTAS	As rotas são feitas por ordem de agendamento e de acordo com a necessidade do cliente	Imprevisibilidade da demanda aumento de custos

Fonte: adaptação das autoras

De acordo com a tabela 2, podemos observar todo processo de gerenciamento de rotas da empresa, por meio da matriz SWOT além da coleta de dados por meio de um questionário aplicado, servindo de medidas para estratégias futuras.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Tabela 3 Vantagens do uso das ferramentas de tecnologia

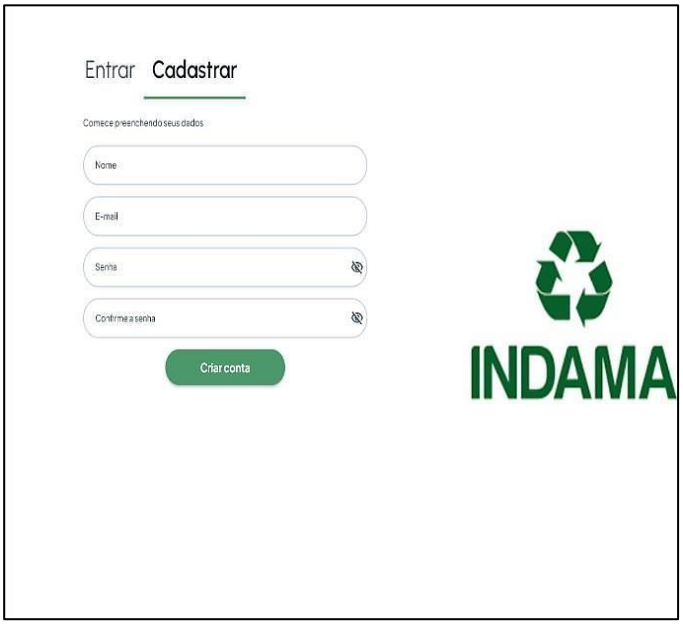
ATIVIDADES	FERRAMENTAS	VANTAGENS
GESTÃO	Contabilidade gerencial	Suporte na tomada de decisão. define estratégia analisao mercado melhora a produtividade acompanha desempenhoreduz custos
ROTAS	Roteirizador	Cadeia logística eficiente aumento da demanda otimização das rotas planejamento da rotasgerencia o tempo rastreamento das rotas

Fonte: adaptação da autoras 2024/2

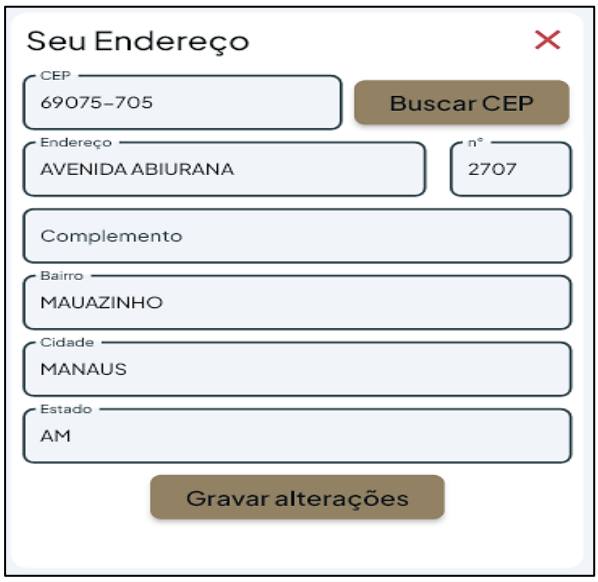
Na tabela anterior podemos identificar inovações na logística da empresa, analisando as ferramentas eficientes para implementar uma proposta auxiliada a matriz swot, a análise de dados para que fosse reduzidas as devantagens servindo de parâmetros para mudanças e alcance de vantagens.

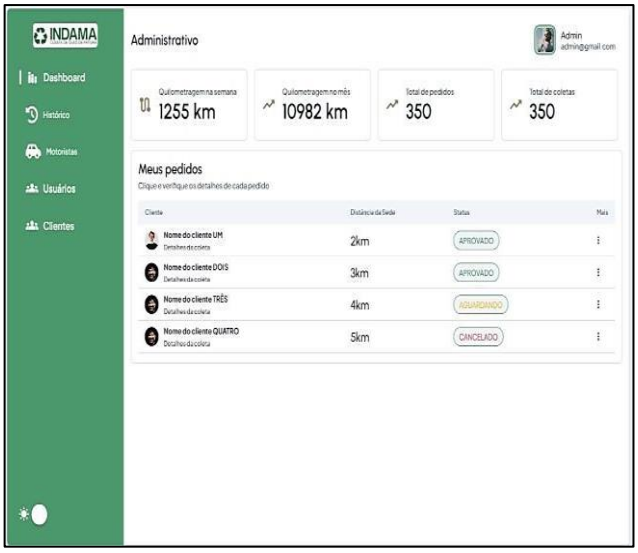
A empresa apresentou grande desvantagens na cadeia logística e no gerenciamento. O uso da tecnologia e a aplicação da Contabilidade Gerencial servem como ferramenta essencial E promordial para a mensuração, análises dos resultados, mecanismos e para que as soluções sejam validadas. De acordo com a tabela 3 que demonstra as ferramentas necssárias para a implementação de recursos que torne eficiente todo o processo operacional da empresa e também uma visão que promova as melhorias e resultados futuros.

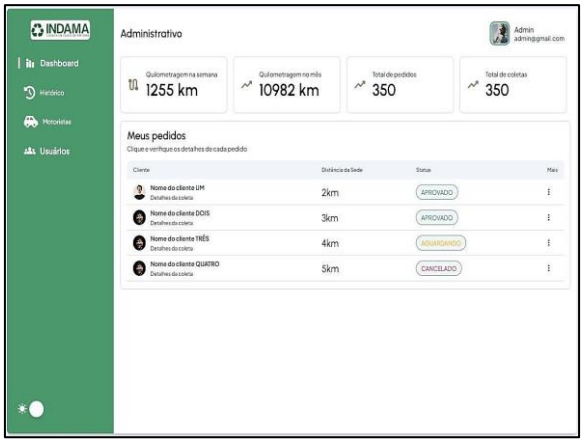
A seguir, para demonstar uma previsibildade de um resultado, foi lançado a proposta de desenvolvimento do roteirizador

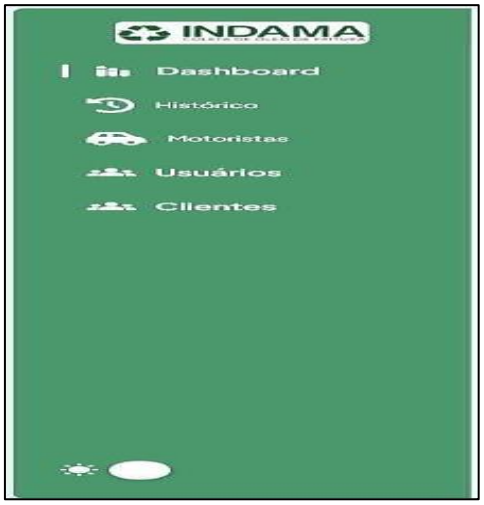


(continuação)









Fonte: INDAMA coleta de oleo de fritutra-2024

Fonte: Desenvolvedor Luan Felipe | 2024/2

O aplicativo irá receber a solicitação para identificar e cadastrar os clientes, organizar e traçar as melhores rotas para o motorista ter acesso a todas as coletas programadas. A gestão irá acompanhar em tempo real os veículos e quilometragem prevista, além de informações para a tomada de decisão. Além disso, O cliente terá acesso às suas solicitações de coleta em andamento e as concluídas ou não em seu histórico.

A proposta tem o intuito de auxiliar propondo melhorias nas atividades operacionais, trazendo soluções e para que as decisões sejam tomadas pela gestão com vantagens significativas, por meio da contabilidade gerencial, utilizando da tecnologia para promover resultados significativos para o crescimento futuro da empresa INDAMA coleta de óleo de fritura.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo apresentado discute a importância do uso da tecnologia para o gerenciamento de rotas a contabilidade gerencial, logo, o estudo de caso da INDAMA Coleta de Óleo demonstra que a tecnologia no gerenciamento de rotas é uma estratégia eficaz que vai além da logística, impactando positivamente a contabilidade gerencial e a sustentabilidade da empresa.

Com a continuidade da implementação e adaptação de novas tecnologias, a Indama está bem posicionada para enfrentar os desafios futuros e explorar novas oportunidades no mercado.

Nesse contexto, a tecnologia, com base em sua expertise e habilidade, tem

capacidade de facilitar o gerenciamento logístico e proporcionar dados valiosos que podem ser utilizados no gerenciamento da empresa estudada, além de apresentar um impacto ambiental positivo.

Em conclusão, a tecnologia é uma aliada indispensável no gerenciamento de rotas da INDAMA-Coletora de óleo usado. Através de sistemas avançados de rastreamento e otimização, a empresa não apenas melhorá a eficiência operacional, mas também garantirá uma coleta mais sustentável e responsiva às necessidades do mercado.

REFERÊNCIAS

[1] BERTAGLIA, P. R. Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento. São Paulo: Saraiva, 2009.

[2] CARDOSO, L. E. Z.; OLIVEIRA, P. P; JUNIOR, C. F. J. Redução de custos no transporte de madeira por meio de roteirização otimizada: um estudo de caso. Tekhne e Logos, v. 7, n. 1, p. 31-46, 2016

[3] FATEC, Rodrigo Lima Silva; FATEC, Regiane de Fatima Bigaran Malta, Roteirização:Gestão da Tecnologia em Inovação e Mobilidade Sustentável - São Paulo, 2021

[4] FILHO, Oswaldo Maceron. A análise swot e sua relevância para o planejamento estratégico, 2014.

[5] KENSKI, V.M. Educação e Tecnologias o Novo Ritmo da Informação. Editora Papirus. Campinas, SP, 8º edição, 2011

[6] MENCHIK, Carlos Roberto. Gestão de Estratégia e Transporte.Curitiba,2010.

[7] NETO, A. R. O. Tecnologia aplicada ao transporte de cargas. São Paulo : SETCESP, 2008

[8] NEVES, Marcos. Usos e Benefícios de Softwares de Roteirização na gestão de Transportes.São paulo, 2012.

[9] OLIVEIRA, Maria Rita Neto Sales. Do mito da tecnologia ao paradigma tecnológico: a mediação tecnológica nas práticas didático-pedagógicas. Revista Brasileira de Educação, São Paulo, pp. 101-107, n. 18, Set/Dez 2001.

[10] PAULA FILHO. Wilson de Pádua. Engenharia de Software: fundamentos, métodos e padrões. 2ª edição. Rio de Janeiro: LTC, 2003.

[11] SARDINHA,Fernando Domingos José. A gestão de transporte na cadeia de logística, 2017.

[12] SILVA, Roberto Ferreira Lima. E-RH em kuma ambiente global e multicultural. Brasília: senac-DF. 2009.

[13] SILVA,Greicy Matias. Applibook: desenvolvimento de um aplicativo mobile para auxiliar a busca de livros na biblioteca,2016.

[14] STALLMAN, Richard. Software proprietário é “colonização digital”. II fórum mundial de educação profissional e tecnológica. Texto de Juliana Motta. 31 de maio de 2012, 11:38. Disponível em: <http://2sitefmept.ifsc.edu.br/index.php?option=com_content&view=article&id=524:richard-stallmann-software-proprietario-e-colonizacao- digital&catid=39:noticias&Itemid =222&lang=es>. Acesso em: 01 de maio de 2024, 09:25.

[15] STAIR, Ralph M.; REYNOLDS, George W. Princípios de sistemas de informação. 9ª edição. São Paulo.

[16] TOSTES, Fernando Pereira; VIEIRA, Simone Silva da Cunha Contabilidade gerencial. 2. Ed. – Rio de Janeiro: Fundação Cecierj, 2018.

[17] VALENTE, A. M. et. al. Gerenciamento de transportes e frotas. 2. ed. Rev SãoPaulo: Cengage Learning, 2011.

Capítulo 3

Contabilidade gerencial como ferramenta de gestão paratomada de decisões em uma microempresa no ramo de telecomunicações em Manaus[1]

Janaina de Souza Almeida[2]
Ketheleen Barroso Ferreira Leite2
Shirley Silva da Costa2
Wanilce do Socorro Pimentel do Carmo[3]

Resumo: O artigo aborda a importância da Contabilidade Gerencial na gestão eficaz de microempresas do setor de telecomunicações em Manaus, focando em como a implementação de práticas contábeis adequadas que pode influenciar decisões estratégicas e promover o crescimento sustentável dessas empresas. Em um mercado competitivo e dinâmico, a Contabilidade Gerencial oferece uma visão abrangente das finanças e do desempenho operacional, possibilitando que gestores tomem decisões embasadas em informações precisas. A pesquisa investiga como o uso de sistemas de informações contábeis e ferramentas de gestão, como análise SWOT, contribuem para identificar oportunidades de crescimento e antecipar desafios. Além disso, o estudo destaca o papel essencial do profissional contábil no planejamento financeiro e no apoio estratégico às empresas, mostrando como essas práticas podem mitigar riscos, aumentar a competitividade e assegurar a sustentabilidade a longo prazo. Com base em pesquisas bibliográficas e entrevistas com especialistas, os resultados esperados visam fornecer diretrizes práticas que impulsionem o setor de telecomunicações na região, promovendo um desenvolvimento econômico regional mais robusto e adaptado às necessidades locais.

Palavras-chave: Contabilidade Gerencial, Sistemas de Informações Contábeis, Microempresas, Decisões Estratégicas, Planejamento Financeiro.

---

[1] Artigo a ser apresentado como nota no final da prática em TCC II Curso de Ciências Contábeis no Centro Universitário Fametro

[2] Graduandos do Curso de Ciências Contábeis no Centro Universitário Fametro.

[3] Docente e orientadora do curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário Fametro

1. INTRODUÇÃO

A gestão eficaz das microempresas no ramo de telecomunicações enfrenta desafios únicos e demanda estratégias bem fundamentadas para garantir sua competitividade e sustentabilidade no mercado. Nesse contexto, a Contabilidade Gerencial emerge como uma ferramenta fundamental para auxiliar essas empresas na tomada de decisões estratégicas, possibilitando uma análise financeira precisa e uma visão abrangente do seu desempenho operacional.

O estudo se propõe adotar práticas eficazes de contabilidade gerencial e sistemas de informações contábeis apropriados, essas empresas têm a oportunidade de aprimorar sua análise financeira, identificar oportunidades de crescimento e antecipar desafios, facilitando decisões estratégicas mais informadas e adaptáveis. No cerne desta pesquisa, a pergunta-problema que norteia é: Como a implementação eficaz da contabilidade gerencial e o uso de sistemas de informações contábeis podem influenciar as decisões estratégicas, e o crescimento de uma microempresa de telecomunicações em Manaus?

O presente artigo tem como objetivo demonstrar o papel da Contabilidade Gerencial como ferramenta de gestão na tomada de decisões, ressaltando a importância do profissional contábil no desenvolvimento do planejamento financeiro, permeando os sistemas de informações contábeis e ferramentas contábeis para melhorar a eficiência operacional, a competitividade e a sustentabilidade, concentrando-se na análise da aplicação da Contabilidade Gerencial como ferramenta de gestão para tomada de decisões em microempresas do ramo de telecomunicações nacidade de Manaus. A delimitação deste estudo justifica-se pela singularidade do mercado local, que pode apresentar características distintas em comparação com outras regiões do Brasil. Além disso, a ênfase nas microempresas dentro desse setor considera suas particularidades operacionais, estruturais e financeiras, visando fornecer levantamentos relevantes e aplicáveis às suas necessidades específicas.

Este artigo destacou a importância de profissionais contábeis qualificados em um ambiente empresarial em constante mudança. Esses profissionais são essenciais para o desenvolvimento de um planejamento financeiro robusto e a implementação de estratégias eficazes que não apenas promovam a eficiência operacional, mas também fortaleçam a competitividade e a sustentabilidade das microempresas. Em setores onde a adaptação às mudanças é crucial para a sobrevivência e crescimento, a expertise contábil torna-se um diferencial estratégico, capaz de guiar as empresas em decisões que assegurem sua longevidade e sucesso no mercado.

A metodologia tem como fundamentos pesquisas bibliográficas e autores especialistas em aplicação da gestão contábil como um componente indispensável para o desenvolvimento organizacional; prevenindo problemas fiscais e tributários e fornecendo orientações essenciais para a operação da empresa. Após todas essas informações coletadas, submeteram-se a aplicação nas seguintes ferramentas da qualidade: Análise de SWOT identificando pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças, checklist administrativo de atividades, prazos e responsabilidades (quem, o que, quando, onde, como e quanto - 5W2H) demonstrando ações apresentadas.

Este estudo, baseado em pesquisas bibliográficas e entrevistas com especialistas, visou investigar como a contabilidade gerencial e os sistemas de informações contábeis influenciaram decisões estratégicas e o crescimento dessas empresas. Os resultados esperados puderam orientar práticas mais eficazes de gestão financeira, fortalecendo o setor de telecomunicações e impulsionando o desenvolvimento econômico regional.

Sabe-se que a implementação eficaz da contabilidade gerencial e de sistemas de informações contábeis adequados oferece uma visão clara e precisa das finanças da empresa, permitindo que gestores identifiquem oportunidades de crescimento e antecipem desafios em um ambiente de rápidas mudanças tecnológicas. Assim, o empresário terá uma visão abrangente de sua empresa, compreendendo suas forças e fraquezas, bem como as oportunidades de crescimento e aprimoramento. Isso o capacitará a tomar decisões mais embasadas e seguras, assegurando o êxito e a longevidade do seu negócio. Portanto, a contabilidade gerencial não apenas apoia a estabilidade financeira, mas também se torna um pilar fundamental para a inovação e a adaptação contínua, elementos essenciais para a prosperidade das microempresas em um mercado cada vez mais competitivo e dinâmico.

2. CONTABILIDADE GERENCIAL COMO FERRAMENTA

A Gestão contábil é fundamental no âmbito das ciências sociais, cujo propósito primordial é zelar pelo patrimônio das entidades econômicas e administrativas. Seu objetivo principal é registrar e monitorar os ativos das empresas, refletindo suas variações ao longo do tempo. Sua origem remonta à necessidade de registrar e controlar as operações específicas de cada entidade.

Conforme, argumentam (Marion e Ribeiro 2014)

> A contabilidade gerencial, se configura como uma necessidade imperativa para as organizações, especialmente aquelas que almejam lucratividade, redução de custos e aprimoramento da qualidade de seus produtos ou serviços e o objetivo último é otimizara satisfação do cliente.

A contabilidade gerencial é responsável por coletar dados e transformá-los em informações cruciais para o processo decisório e a gestão abrangente de uma empresa, como destacado por Alves (2013).

Sendo assim, a Contabilidade Gerencial é uma vertente da contabilidade voltada para oferecer suporte aos gestores, fornecendo análises sobre o estado atual da empresa, a fim de atender às suas demandas operacionais. Seu foco reside na otimização dos recursos financeiros daorganização, através do monitoramento das entradas, utilizando um sistema que fornece dados paraaprimorar a administração da empresa (Crepaldi e Crepaldi, 2014).

Portanto, a contabilidade gerencial é uma ferramenta essencial para a gestão financeira eficaz, focada na otimização dos recursos da organização e no aprimoramento da administração empresarial. Seu papel na coleta e interpretação de dados contribui significativamente para a tomada de decisões informadas e estratégicas, auxiliando as empresas a alcançarem seus objetivose maximizarem sua eficiência operacional.

2.1. CONTADOR NO PLANEJAMENTO FINANCEIRO DA EMPRESA DE TELECOMUNICAÇÕES

O papel do profissional de contabilidade é crucial no desenvolvimento do planejamento financeiro e estratégico de qualquer empresa. Sua relevância reside na habilidade de fornecer informações precisas e oportunas sobre a situação financeira da organização, além de oferecer diretrizes estratégicas para alcançar os objetivos empresariais.

Conforme (Souza et al., 2021), a contabilidade tem uma função primordial nas organizações, garantindo um controle abrangente das finanças e aprimorando a tomada de decisões.

Nesse contexto, os profissionais contábeis se tornam aliados indispensáveis para os empreendedores. Além disso, os contadores podem oferecer orientação estratégica sobre questões financeiras, podem colaborar com a empresa na identificação de oportunidades para reduzir custos e aumentar a eficiência financeira, contribuindo para a elaboração de um plano financeiro abrangente que leve em consideração as metas de longo prazo da empresa.

Dessa maneira, o profissional contábil é responsável por garantir que os registos financeiros da empresa estejam precisos e atualizados, abrangendo receitas, despesas, lucros e prejuízos. Essas informações são essenciais para a elaboração de um planejamento eficaz, permitindo a empresa compreender sua situação atual e tomar decisões embasadas sobre futuros investimentos.

2.1.1. ESTABELECENDO UM PLANEJAMENTO FINANCEIRO EFICAZ NA EMPRESA

O planejamento financeiro envolve prever e avaliar opções de investimento e financiamento, além de tomar decisões conscientes por meio de medidas de controle que corrijam discrepâncias e maximizem a riqueza.

Segundo Novais (2019, p.41) o planejamento financeiro orienta a empresa na busca dos melhores caminhos para atingir seus objetivos, sendo crucial para os gestores de micro e pequenas empresas, pois embasa a tomada de decisões com precisão e rapidez.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), Finanças (21 fevereiro de 2020), destaca que:

> O objetivo do planejamento financeiro eficaz estima receitas e despesas, fornecendo uma visão precisa da situação econômica da empresa. Ele permite entender as metas de faturamento, gastos, investimentos e lucros, facilitando a alocação eficiente dos recursos disponíveis.

No entanto, muitas empresas falham na implementação de uma estratégia de gestão devido à ausência de conhecimento, comprometendo o planejamento financeiro e o aumento dos rendimentos. Assim, para garantir a saúde financeira a longo prazo, é essencial um planejamento financeiro eficiente, incluindo análise da situação atual, metas realistas, orçamento, monitoramento constante e o envolvimento de toda a equipe.

2.2. SISTEMA DE INFORMAÇÕES CONTÁBEIS PARA EMPRESAS DO RAMO DE TELECOMUNICAÇÕES

Em um contexto empresarial cada vez mais complexo e dinâmico, lidar com uma grande quantidade de dados é uma realidade. Transformar esses dados em informações úteis é crucial para identificar tendências, prever mudanças no mercado e tomar decisões estratégicas bem fundamentadas.

De acordo com Hernandes (2018), as planilhas representaram um avanço significativo no início da evolução contábil positiva. Por exemplo, possibilitaram a criação de tabelas, cálculos ágeis de custos e elaboração de faturas para os clientes, destacando os benefícios proporcionados pela tecnologia.

Nesse contexto, é fundamental que os contadores se atualizem para manter sua relevância no mercado, adotando abordagens mais eficientes e modernas na gestão das informações. Com a era digital na contabilidade, houve uma mudança significativa na rotina, reduzindo a dependência de materiais tradicionais e refletindo na evolução do papel do contador. Conforme a Resolução CFC Nº 1.374/11, os dados fornecidos pela contabilidade proporcionam aos usuários uma base sólida para suas decisões, permitindo que compreendam a

situação atual da empresa, sua evolução, riscos, oportunidades e desempenho.

Portanto, os sistemas de informações contábeis permitem ao contador atuar de forma mais eficiente, com menos erros e análises detalhadas em tempo real, facilitando decisões estratégicas. Ter um sistema contábil eficiente e uma boa parceria com um contador é essencial para garantir precisão, qualidade e estabilidade financeira na organização.

2.2.1. SISTEMAS DE INFORMAÇÕES PARA APRIMORAMENTO DA CONTABILIDADE GERENCIAL NO DIRECIONAMENTO ESTRATÉGICO

A Contabilidade e os Sistemas de Informação são ferramentas complementares que contribuem para a gestão empresarial. O sistema de informação contábil se adequará com a base de dados para o sistema de informações gerencial, fazendo com que a contabilidade possa estar fornecendo a seus usuários materiais que realmente sejam importantes para a tomada de decisão. Marta Filho *et al.* (2016), ressalta que:

> A gestão empresarial é um processo complexo e contínuo que, aliado a um sistema de informação, métodos e conhecimento organizacional, fornece suporte essencial por meio de dados para atender às necessidades dos usuários, isso é feito por meio de relatórios que detalham os resultados das atividades da empresa, com comparações entre as metas estabelecidas e os resultados alcançados, permitindo uma análise da gestão empresarial ea tomada de decisões necessárias para ajudar a empresa a atingir seus objetivos.

O ambiente empresarial está em constante mudança, tornando-se mais complexo e dependente de tecnologia para gerenciar grandes volumes de dados. O uso adequado desses recursos garante a qualidade e pontualidade das informações.

Marta Filho *et al.* (2016) ainda ressalta que:

> Os sistemas de informações devem ser manuseados pelas empresas para induzir oprocesso de tomada de decisão, pelas informações precisas e em tempo real aos tomadores de decisão. Os tomadores de decisões estão classificados em três níveis de gestão. São eles: estratégico, tático e operacional, onde os responsáveis pelo fornecimento das informações precisam elaborar um estudo minucioso com base nas necessidades de cada um, analisando o que deverá ser revelado, com clareza para que esta não se torne enviesada, evitando assim prejuízos futuros.

Em resumo, por meio dos dados fornecidos pela contabilidade gerencial, o gestor pode aprimorar sua capacidade de avaliar o negócio, considerando potenciais cenários futuros. Essas informações são essenciais para embasar decisões estratégicas, permitindo o planejamento de açõesdiante de diversas situações e cenários, o que aumenta as chances de sucesso da empresa.

2.2.2. EFICIÊNCIA DO GERENCIAMENTO DE INFORMAÇÕES CONTÁBEIS POR MEIO DOS SISTEMAS DE INFORMAÇÕES

O gerenciamento da informação contábil pode variar entre empresas, porém seus objetivos permanecem consistentes, abrangendo a organização de dados de sistemas bancários, fiscais, patrimoniais, depreciativos e folhas de pagamento, além de integrar outros setores relevantes para o controle empresarial, que visam supervisionar despesas, investimentos e lucros MEDEIROS e SILVA, (2019). O ambiente empresarial, cada vez mais complexo, depende da tecnologia para gerenciar dados, e seu uso adequado assegura informações de qualidade e pontuais. Segundo SERAFIM et al., (2021):

> Os Sistemas de Informação Contábil (SIC) desempenham um papel crucial nas atividades de entrada, processamento e saída de dados, sendo vistos como ferramentas de gestão essenciais para a circulação de informações em tempo real, o que se tornou indispensável para decisões empresariais e expansões futuras.

Quanto à sua importância na organização de dados nos processos contábeis, Brito et al. (2017) afirma que os SIC são de suma importância para as empresas. Sem um sistema automatizado, todo o trabalho teria que ser realizado manualmente, o que seria impraticável devido à alta demanda de informações e cálculos financeiros, tornando os processos significativamente mais demorados.

Além disso, Arruda; Pereira e Moraes (2018) destacam que:

> Esses sistemas ajudam na formulação de estratégias voltadas para áreas que necessitam deaprimoramento para alcançar os objetivos empresariais e melhorar os resultados financeiros. Eles fornecem dados contábeis precisos e confiáveis, oferecendo insights sobre necessidades de investimento em determinadas áreas, mudanças em produtos específicos e maior controle sobre contas a pagar, entre outros aspectos.

No entanto, o investimento em sistemas de informação contábil é essencial para empresas que buscam competitividade e adaptação em um mercado dinâmico. A integração eficiente entre pessoas, hardwares e softwares garante a eficácia desses sistemas, proporcionando uma base sólida para o crescimento e sucesso empresarial.

2.3. FERRAMENTAS DA CONTABILIDADE GERENCIAL NA TOMADA DE DECISÃO

Para competir de forma ética no mercado, uma empresa deve adotar estratégias adequadas. Com a contabilidade gerencial, gestores podem tomar decisões mais precisas para atingir seus objetivos, otimizando lucros e resultados. As estratégias contábeis de gestão influenciam nas escolhas dos empreendedores e gestores que almejam aprimorar a eficiência e competitividade no mercado (MARION e RIBEIRO, 2014).

Uma gestão competitiva se destaca pela busca constante e intensiva por fornecer produtos e serviços inovadores a custos reduzidos, resultando em maior satisfação do cliente. O ambiente econômico atual exige excelência nos sistemas contábeis corporativos. Segundo (CREPALDI e CREPALDI, 2014):

> Em face da competição acirrada, dos avanços rápidos na tecnologia de processos e produtos, e das oscilações significativas nas taxas de juros e nos preços das mercadorias, as informações fornecidas pelo sistema de contabilidade gerencial devem ser precisas e valiosas para apoiar iniciativas de redução de custos, aumento de produtividade e lucratividade.

Em síntese, ao longo desta pesquisa, serão apresentadas as principais ferramentas que promoverão um impacto positivo na gestão e na eficácia do processo decisório, consolidando assima posição competitiva e ética da empresa no mercado.

2.3.1. APLICAÇÕES DAS FERRAMENTAS DE CONTABILIDADE GERENCIAL PARA O CRESCIMENTO EMPRESARIAL

A Contabilidade Gerencial vai além da gestão do patrimônio, gerando dados essenciais para otimizar operações. Quando usadas eficazmente, suas ferramentas fornecem informações oportunas que apoiam decisões estratégicas. Atrill e Mclaney (2014), citados por SANTOS e MACÊDO (2019), ressaltam que as ferramentas de gestão financeira englobam a coleta e análise de dados com propósitos administrativos, sendo crucial que as informações sejam precisas e claras para sua aplicação. Portanto, dentre os instrumentos da Contabilidade Gerencial, destacam-se o Planejamento Estratégico, o Fluxo de Caixa e as Demonstrações do Resultado do Exercício como ferramentas indispensáveis que podem auxiliar na gestão empresarial, fornecendo insights e dados valiosos parao processo decisório.

O Planejamento Estratégico, e uma ferramenta a qual o empreendedor pode analisar os fatores internos e externos, estabelecer objetivos e estratégias, além de avaliar a situação atual do negócio e planejar para o futuro.

Segundo o SEBRAE/SC (2022), o planejamento estratégico é o conjunto de mecanismos que umaempresa utiliza para definir o estabelecimento de metas, o empreendimento de ações, a mobilizaçãode recursos e a tomada de decisões,

objetivando a conquista do sucesso.

Essa ferramenta bem executada permite melhorias em todos os aspectos da empresa, impactando toda a organização e promovendo um crescimento qualitativo para todos os envolvidos.

> O fluxo de caixa é uma demonstração dinâmica, que oferece a organização uma bagagem de informações que auxilia na tomada de decisões. Organizações que empregam as demonstrações de fluxo de caixa conseguem avaliar sua eficácia em gerar fluxos de caixa futuros, bem como sua capacidade de cumprir obrigações e distribuir dividendos (MARTINS et al., 2014).

Portanto, o controle financeiro é uma ferramenta amplamente utilizada pelas empresas para monitorar os fluxos diários de recursos monetários. Sua correta aplicação é crucial, pois fornece informações significativas aos gestores e empresários.

2.3.2. DEMOSNTRATIVO DE RESULTADO (DRE)

A Demonstração do Resultado (DRE) é um relatório contábil crucial que mostra o lucro líquido de uma empresa em um período, incluindo receitas, custos e despesas. É essencial para decisões gerenciais e planejamento financeiro. A DRE tornou-se obrigatória no Brasil pela Lei nº 6.404 de 1976, devendo ser apresentada anualmente por todas as organizações seguindo diretrizes específicas.

Quanto a isso MARION, (2009) citado por FELIX e DIAS, (2018), afirmam que: A Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) é um registro contábil que atesta a condição financeira da empresa, visando comparar todas as despesas e receitas durante operíodo avaliado, sendo uma ferramenta para identificar todas as transações do negócio.

Assim, neste documento, tributos, abatimentos e reembolso**s** são deduzidos do valor total recebido, resultando em um valor líquido. Para calcular o lucro bruto, são subtraídos do recebimento líquido os custos das mercadorias vendidas, dos produtos manufaturados ou da prestação de serviços. Segundo Padoveze (2017), essa apresentação para fins gerenciais precisa ser elaborada pelas empresas sempre no final de cada ano, enquanto as empresas de companhias abertas, com ações negociadas em bolsas de valores, são obrigadas a apresentar a demonstração no prazo de três meses.

Para Ribeiro e Marion (2017), ela fornecerá informações essenciais e fundamentais para a análise da formação do resultado. Os dados coletados por meio da análise são valiosos não apenas para futuros investidores, sócios e credores, mas também para instituições financeiras, clientes, entidades governamentais, gestores e outros interessados.

Dessa maneira, pode-se afirmar que a DRE é um instrumento vital para o financeiro deuma organização, visto que permite identificar a margem de lucro, o ponto de equilíbrio, a rentabilidade e o desempenho das operações, pode oferecer informações valiosas para a gestão financeira e monitora a performance da empresa.

3. METODOLOGIA

Este artigo teve como objetivo principal demonstrar o papel abrangente da Contabilidade Gerencial como ferramenta essencial na tomada de decisões, destacando a importância do profissional contábil no desenvolvimento do planejamento financeiro e na melhoria da eficiência operacional, competitividade e sustentabilidade no mercado das empresas de telecomunicações em Manaus. O foco também pontua como as ferramentas contábeis influenciam diretamente as decisões estratégicas das empresas do ramo.

Este estudo iniciou-se com uma análise SWOT realizada em campo que tem como plano de ação, lista de verificação administrativa de atividades, prazos e responsabilidades (quem, o que, quando, onde, como e quanto - 5W2H), com o objetivo de fornecer uma perspectiva clara, objetiva e sistemática para a gestão estratégica, avaliando os pontos fortes e fracos da empresa e identificando os fatores que dificultam sua ascensão no mercado. Essa análise proporcionou uma compreensão mais profunda do ambiente interno e externo da organização.

FIGURA

Fonte: Albert S. Humphrey 1960 | adaptado por acadêmicas 2024

Esta pesquisa visou explorar ainda as práticas eficazes de contabilidade gerencial e sistemas de informações contábeis apropriados, essas empresas têm a oportunidade de aprimorar sua análise financeira, identificar oportunidades de crescimento e antecipar desafios, facilitando decisões estratégicas mais informadas e adaptáveis.

Destaca-se a importância de profissionais contábeis qualificados em um ambiente empresarial em constante mudança. Esses profissionais são essenciais para o desenvolvimento de um planejamento financeiro robusto e a implementação de

estratégias eficazes que não apenas promovam a eficiência operacional, mas também fortaleçam a competitividade e a sustentabilidade das microempresas. Em setores onde a adaptação às mudanças é crucial para a sobrevivência e crescimento, a expertise contábil torna-se um diferencial estratégico, capaz de guiar as empresas em decisões que assegurem sua longevidade e sucesso no mercado. A fundamentação teórica deste estudo é embasada em uma extensa pesquisa bibliográfica, explorando conceitos e ideias de diversos autores relacionados ao objetivo da pesquisa. Conforme a definição de Prodanov e Freitas (2013), dependendo da abordagem adotada para investigar o problema, a pesquisa pode ser categorizada como qualitativa ou quantitativa. Essas abordagens científicas estão interligadas e podem se complementar. O tipo de pesquisa a ser adotado somente pode ser determinado após a definição dos objetivos, dos interesses do autor e do tipo de estudo desejado.

Outrossim, exploradas diversas bases de dados, incluindo o Núcleo do Conhecimento, revistas da UTFPR - Universidade Tecnológica Federal do Paraná e fontes do SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, com o propósito de obter referências pertinentes ao tema escolhido. A seleção e exame cuidadosos dessas fontes contribuíram significativamente para a construção do conhecimento apresentado neste trabalho. A análise dos dados coletados foi realizada utilizando técnicas qualitativas e quantitativas, permitindo uma compreensão abrangente do impacto da contabilidade gerencial e dos sistemas de informações contábeis nas decisões estratégicas e no crescimento das microempresas de telecomunicações.

Em resumo, este estudo busca preencher uma lacuna na prática empresarial ao investigar como a contabilidade gerencial e os sistemas de informações contábeis influenciam as decisões estratégicas e o crescimento das microempresas de telecomunicações. Essa abordagem proporciona dados para gestores, profissionais contábeis e acadêmicos interessados no tema.

4. PROPOSTA DE SOLUÇÃO

Para buscar oportunidades de crescimento e expansão no setor de telecomunicações em Manaus, propõe-se o desenvolvimento de um guia detalhado que ilustre a importância da contabilidade gerencial como ferramenta de gestão na tomada de decisões estratégicas em uma microempresa.

Esse guia destacará a importância do profissional contábil na geração de informações estratégicas para a gestão financeira, mostrando como a contabilidade gerencial contribui para a análise de custos, o planejamento financeiro e a tomada de decisões empresariais.

Diante da relutância comum entre empreendedores em contratar profissionais contábeis, deve-se apresentar um modelo de planejamento financeiro específico para o setor de telecomunicações em Manaus. Esse modelo integrará informações contábeis gerenciais e abordará estratégias para controle de despesas, estímulo ao crescimento financeiro e gestão de riscos, adaptando-se às particularidades do setor local.

A contabilidade gerencial, nesse contexto, será enfatizada como uma ferramenta essencial. Logo, implementar as ferramentas e sistemas de informações contábeis aplicáveis a microempresas de telecomunicações aprimorará a capacidade de tomar decisões informadas e eficazes.

Além disso, elaborar um relatório detalhado sobre as características operacionais, estruturais e financeiras das microempresas de telecomunicações em Manaus. O relatório trará diretrizes para implementar sistemas contábeis e práticas de contabilidade gerencial para melhorar a gestão financeira, competitividade e sustentabilidade.

Integrar essas ferramentas permitirá uma análise mais ampla e a obtenção de insights valiosos, fornecendo uma base sólida para sistematizar corretamente a contabilidade gerencial e os sistemas contábeis.

A aplicação conjunta dessas ferramentas incluem a elaboração de guias e modelos práticos para a gestão financeira, planejamento financeiro e decisões estratégicas. O objetivo central será aprimorar a competitividade e a sustentabilidade das microempresas de telecomunicações em Manaus.

Para garantir a implementação eficaz, será utilizada a ferramenta 5W2H para o desenvolvimento e execução de um plano de ação baseado nos dados levantados, assegurando que todas as etapas sejam concluídas com eficiência e que o impacto na microempresa seja mensurável e sustentável.

- ✓ Elaboração do plano de ação para o setor de contabilidade gerencial/sistemas de informações, referente ao problema acompanhado de propostas utilizando o 5W2H:

Figura 2:- Plano de ações no setor contábil

O QUE?	POR QUE?	QUEM?	QUANDO?	ONDE?	COMO?	QUANTO?
Elaborar um guia detalhado	Demonstra como a contabilidade gerencial analisa custos, planeja finanças e apoia decisões.	Janaina Ketheleen Shirley Equipe especializados em telecomunicações, designers, contabilibidade e marketing.	De 1° de setembro de 2024 a 30 de junho de 2025	Na microempresa de telecomunicações em Manaus	Realizar uma apresentação detalhada para o empreendedor.	R$ 750,00
Desenvolver um modelo de planejamento financeiro	Para ajudar os empreendedores a gerenciarem, fornecendo um modelo adaptado às necessidades do setor local.	Janaina Ketheleen Shirley Contadores e consultores financeiros especializados.	De 1° de setembro de 2024 a 30 de junho de 2025	Na microempresa de telecomunicações em Manaus	Apresentação com dados e cases.	R$ 650,00
Implementar ferramentas e sistemas de informações contábeis	Para facilitar a tomada de decisões e aprimorar a contabilidade gerencial.	Janaina Ketheleen Shirley Especialistas em sistemas contábeis, consultores de TI, e profissionais contábeis.	De 1° de setembro de 2024 a 30 de junho de 2025	Na microempresa de telecomunicações em Manaus	Treinamento e implementação dos processos.	R$ 975,00
Elaborar um relatório detalhado	Fornecer diretrizes para a implementação, melhorando a gestão financeira e a competitividade.	Janaina Ketheleen Shirley Equipe de pesquisa, analistas financeiros e contadores.	De 1° de setembro de 2024 a 30 de junho de 2025	Na microempresa de telecomunicações em Manaus	Desenvolvimento do relatório com recomendações e diretrizes.	R$ 520,00
Integração e Aplicação das Ferramentas	Aprimorar a competitividade e a sustentabilidade.	Janaina Ketheleen Shirley Equipe de contadores, consultores financeiros e TI, e gestores das microempresas.	De 1° de setembro de 2024 a 30 de junho de 2025	Na microempresa de telecomunicações em Manaus	Treinamento sobre a integração das ferramentas.	R$ 860,00

Fonte: Taiichi Ono e Eiji Toyoda Adaptação Acadêmicos 2024

5. PLANEJAMENTO DA PROPOSTA

A empresa identificou a ausência da contabilidade gerencial e sistemas de informações como ferramentas estratégicas essenciais no processo de tomada de decisões. Na área gerencial, não havia um planejamento adequado para o controle financeiro das propostas elaboradas. Para facilitar o processo operacional, foi desenvolvido um plano de ação para solucionar essas lacunas, o qual foi implementado conforme ilustrado na Figura 1:

Figura 2:- Informações gerais sobre as ações no setor contábil

AÇÃO	SETOR	RESP.	INÍCIO	TÉRMINO	STATUS ATUAL	OBS.
Aplicação de um guia que ilustre a importância do profissional contábil na produção de informações estratégicas para a gestão financeira.	Contábil	Janaina Ketheleen Shirley	**1º** de setembro de 2024	**30** de julho de 2025	M ANÁLISE	M ANÁLISE
Adaptação às particularidades do setor local será uma prioridade, garantindo que o modelo seja relevante e aplicável às necessidades.	Contábil	Janaina Ketheleen Shirley	**1º** de setembro de 2024	**30** de julho de 2025	M ANÁLISE	EM ANÁLISE
Implementação das práticas contábeis e fornecer diretrizes para melhorar a gestão financeira, a competitividade e a sustentabilidade a longo prazo das empresas.	Contábil	Janaina Ketheleen Shirley	**1º** de setembro de 2024	**30** de julho de 2025	FINALIZADA	EM ANÁLISE
Inclusão, de um sistema integrado que permitirá uma análise mais ampla e uma sistematização eficaz da contabilidade gerencial e dos sistemas contábeis.	Contábil	Janaina Ketheleen Shirley	**1º** de setembro de 2024	**30** de julho de 2025	FINALIZADA	EM ANÁLISE
Realização de análise detalhada da aplicação das ferramentas, identificando pontos fortes, fraquezas e áreas de melhoria.	Contábil	Janaina Ketheleen Shirley	**1º** de setembro de 2024	**30** de julho de 2025	FINALIZADA	EM ANÁLISE

Fonte: Taiichi Ono e Eiji Toyoda Adaptação Acadêmicos -2024

A proposta de planejamento busca destacar a criação de um guia detalhado sobre contabilidade gerencial, o desenvolvimento de um modelo de planejamento financeiro específico para o setor, a implementação de ferramentas e sistemas contábeis e a elaboração de um relatório sobre as características das empresas locais. Além disso,

propõe o treinamento da equipe e uma implementação gradual, visando uma transição suave e eficaz.

Os resultados alcançados incluem um planejamento financeiro estruturado com eficiente otimização e controle financeiro mais robusto, a integração dessas soluções ajudará as empresas a tomar decisões informadas, controlar despesas e estimular o crescimento sustentável. A execução bem-sucedida deste plano contribuirá para fortalecer a competitividade do setor de telecomunicações e apoiar o desenvolvimento econômico em Manaus.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo demonstrou a importância da Contabilidade Gerencial como uma ferramenta estratégica vital para a gestão eficaz de microempresas no setor de telecomunicações, com um enfoque específico no contexto de Manaus. A análise dos dados coletados e a aplicação das práticas contábeis revelaram que uma gestão financeira bem estruturada é fundamental para o crescimento e a sustentabilidade dessas empresas, especialmente em um mercado altamente competitivo e dinâmico.

A investigação detalhada das práticas contábeis evidenciou que a implementação eficaz da contabilidade gerencial, aliada a sistemas de informações contábeis apropriados, proporciona uma visão clara e detalhada da situação financeira das microempresas. Isso capacita os gestores a tomar decisões informadas e estratégicas, antecipar desafios e identificar oportunidades de crescimento. Além disso, os sistemas de informações contábeis desempenham um papel crucial na eficiência do gerenciamento financeiro, reduzindo a dependência de processos manuais e oferecendo dados precisos e em tempo real, essenciais para a tomada de decisões estratégicas.

A análise também sublinhou a importância do contador como um profissional estratégico na elaboração de planejamentos financeiros e na formulação de estratégias para melhorar a eficiência e a competitividade das microempresas. A expertise contábil é um diferencial crucial em um ambiente de constantes mudanças tecnológicas e desafios econômicos.

As ferramentas da contabilidade gerencial, como o Planejamento Estratégico, o Fluxo de Caixa e a Demonstração do Resultado do Exercício (DRE), foram destacadas como instrumentos indispensáveis para a gestão financeira e o crescimento empresarial. A aplicação adequada dessas ferramentas não apenas proporciona uma visão detalhada da situação financeira, mas também promove um crescimento sustentável e uma adaptação contínua às mudanças do mercado.

Em resumo, este estudo destaca a importância da contabilidade gerencial para microempresas de telecomunicações. A adoção eficaz dessas práticas é crucial para g arantir a longevidade e o sucesso das empresas em um mercado competitivo, permitindo um controle rigoroso sobre a saúde financeira e a adaptação às mudanças do setor. As conclusões reforçam como a contabilidade gerencial pode ser uma ferramenta estratégica vital para a gestão e desenvolvimento dessas empresas em Manaus, promovendo decisões informadas e eficiência operacional.

REFERÊNCIAS

[1] **ALVES**, **Revson Vasconcelos**. Contabilidade gerencial: Livro texto com exemplos, estudos de caso e atividades práticas. São Paulo: Atlas, 2013.

[2] **ARRUDA, Gustavo; PEREIRA, Lucas da Silva; MORAES, Reuber Paulo Henrique Silva**. A Influência da Tecnologia de Informação Contábil: Aplicações na contabilidade gerencial. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Contábeis) – Faculdade de Inhumas FacMais. Inhumas, 2018.

[3] **BRITO, Aclevia da Cruz; OLIVEIRA, Daianne Nazar; RODRIGUES, Emilly Cristina Abreu; MENDES, Meirivone Alves; COSTA, Taine Barbosa da Silva**. A importância do uso de sistemas de informação: um estudo de caso em um escritório de contabilidade na cidade de Marabá-PA, 2016.

[4] **CREPALDI, Silvio Aparecido; CREPALDI, Guilherme Simões**. Contabilidade Gerencial: teoria e prática. 7ª Edição. São Paulo: Atlas, 2014.

[5] **FELIX, Gabriela Lima; DIAS, Tays Cardoso.** Demonstração do Resultado do Exercício e suas Contribuições para o Ambiente Corporativo. Revista de psicologia, [S.1] v. 13, n. 43, p. 828-844, dez. 2018. Disponível em: https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/1498. Acesso em: 27 abr. 2024.

[6] **Gov.br - DRE lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976.** Disponível em :https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6404compilada.htm acesso 29/04/2024.

[7] **HERNANDES, Anderson.** Como a tecnologia está mudando as empresas contábeis. São Paulo, Tactus Editora Ltda, 2018.

[8] **MARION, José Carlos. RIBEIRO, Osni Moura**. Introdução à contabilidade gerencial. 2ª Edição. São Paulo: Saraiva, 2014.

[9] **MARION, José Carlos.** Contabilidade Gerencial, 17ª ed. São Paulo: Atlas. 2021.

[10] **MARTA FILHO, José *et al*.** Importância da Contabilidade Gerencial e dos Sistemas de Informações para as Empresas. Revista Científica UNAR, v. 11, n. 2, 2016. Disponível em:http://revistaunar.com.br/cientifica/documentos/vol11_n2_2015/9- Acesso em: 20/03/2024.

[11] **MARTINS, Eliseu *et. al.* Manual de contabilidade societária**. FIPECAFI – Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras. 2ª Edição. São Paulo: Atlas, 2014.

[12] **MEDEIROS, Monique De Melo; SILVA, Pâmella Mendes Da.** O sistema de informação gerencial como ferramenta de apoio à decisão: um estudo de caso na Empresa André Magazine, No Município De Tomé-Açu/Pará. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado emCiências Contábeis) –Universidade Federal Rural da Amazônia (UFRA), Campus Tomé Açu/PA.Tomé Açu, 2019.

[13] **NOVAIS, A.** Planejamento Financeiro: Ferramenta auxiliar na tomada de decisões para micro e pequenas empresas. 2019.

[14] **PADOVEZE, Clovés Luís.** Contabilidade Geral – Facilitada. 1. ed. Editora: GEN - Método, 2017.

[15] **PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de**. Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2013.

[16] **SANTOS, Janesleia dos; MACÊDO, Maria Erilúcia Cruz**. A Controladoria como Ferramenta de Gestão para Pequenas e Médias Empresas. Rev. Mult. Psic. v. 13, n. 43, p. 212-225, 2019.

[17] **SEBRAE Finança**s. Como calcular a Liquidez Financeira da sua empresa? Disponível em:https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/voce-sabe-como-calcular-a-capacidade-de-pagamento-da-empresa/ Publicado em 29/04/2019.

[18] **SERAFIM, Alex de Oliveira; CEOLIN, Alessandra Carla; SOUZA, Ilka Gislayne de Melo; SILVA, Lucas Luis de Oliveira; MOTA, Joaes dos Santos Oliveira.** Sistema de informações gerenciais e eficiência organizacional: estudo de caso na controladoria de uma empresa multinacional do setor automotivo. Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade, v. 11, n. 2, 2021. Disponível em: 10.18028/rgfc. v11i2.10016. Acesso em: 18 nov. 2022.

[19] **SOUZA**, A. L.; et al. A importância da contabilidade para o microempreendedor individual. Brazilian Journal of Health Review, v. 4, n. 3, p. 13341-13354, 2021.

Capítulo 4

Ferramentas de marketing digital contábil e seus impactos financeiros no crescimento das organizações: estudo de caso da empresa H Almeida ME[1]

Mateus Rodrigues Barros[2]
Rafael Edson Carvalho de Andrade[2]
Wanilce do Socorro Pimentel do Carmo[3]

Resumo: O presente artigo explora o impacto do marketing digital contábil na gestão financeira de microempresas, tendo como estudo de caso a Empresa H Almeida ME, uma organização do setor de vendas de parafusos. Em um cenário de digitalização acelerada e competição crescente, a integração entre ferramentas de marketing digital e processos contábeis oferece vantagens estratégicas para a organização. A pesquisa busca analisar como essas ferramentas podem modernizar os processos contábeis, otimizar a gestão financeira e, consequentemente, promover o crescimento sustentável da empresa. Por meio da análise SWOT e da metodologia 5W2H, foram identificados pontos fortes e oportunidades de inovação que permitiram à empresa melhorar sua competitividade no mercado. Além disso, a pesquisa enfatiza o papel fundamental da automação contábil na tomada de decisões mais assertivas, promovendo maior colaboração entre departamentos e adaptabilidade às novas tecnologias. Os resultados desta pesquisa contribuem para demonstrar como as práticas contábeis modernas podem impulsionar o desenvolvimento organizacional, especialmente em microempresas que enfrentam desafios financeiros e operacionais significativos. Através da integração eficaz de dados financeiros e estratégias de marketing, a Empresa H Almeida ME apresenta um exemplo de como o uso de tecnologias digitais fortalece a saúde financeira e aumenta a competitividade em um mercado dinâmico e em constante mudança.

Palavras-chave: Marketing Digital Contábil, Estratégias de Marketing, Microempresas, Gestão Financeira, Tomada de decisões, Estudo de caso.

---

[1] Artigo a ser apresentado como nota no final da prática em TCC II Curso de Ciências Contábeis no Centro Universitário Fametro

[2] Graduandos do Curso de Ciências Contábeis no Centro Universitário Fametro.
[3] Docente e orientadora do curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário Fametro

1. INTRODUÇÃO

A rápida digitalização dos processos empresariais está redefinindo a forma como as organizações aceitam desafios e oportunidades, especialmente no contexto do marketing contábil. Neste cenário em evolução constante, a Empresa H Almeida ME emerge como um estudo de caso relevante, representando uma empresa de vendas de parafusos, que ilustra claramente o potencial transformador das ferramentas de marketing digital contábil. Esta pesquisa se propõe a explorar como a aplicação estratégica dessas ferramentas além de modernizar os processos contábeis, também impulsiona o crescimento financeiro e a competitividade da organização. Este estudo concentra-se na análise das ferramentas contábeis digitais adotadas pela Empresa H Almeida ME, investigando seus impactos financeiros específicos. Ao integrar análise de dados, automação de processos contábeis e estratégias de comunicação digital, estas ferramentas otimizam a gestão financeira, e também influenciam diretamente nas tomadas de decisões estratégicas da organização. Diante de um mercado em constante evolução e cada vez mais competitivo, torna-se imprescindível compreender de que maneira essas ferramentas modernizam os processos contábeis, fortalecendo a gestão financeira e, assim, contribuindo para um crescimento sustentável. Neste contexto, a pergunta-problema que norteia esta pesquisa é: De que maneira as ferramentas de marketing digital contábil impulsionarão o crescimento financeiro da Empresa H Almeida ME, promovendo sua saúde financeira e aumentando sua competitividade no mercado?

O presente artigo tem como objetivo principal analisar as ferramentas de marketing digital contábil contribuindo para o desenvolvimento financeiro e a competitividade da Empresa H Almeida ME na era digital. Ao integrar o conhecimento contábil contemporâneo com decisões estratégicas bem fundamentadas, visa destacar como essas ferramentas impulsionam o crescimento organizacional. A escolha se justifica pela crescente importância do marketing digital contábil no contexto empresas, exemplificado pela Empresa H Almeida ME uma firma do setor de vendas de parafusos, incluindo identificação, análise, implementação e integração das principais ferramentas de marketing digital contábil. Além disso, a pesquisa abrange a identificação, diagnóstico, implementação e integração das principais ferramentas de marketing digital contábil, demonstrando seu impacto nas tomadas de decisões estratégicas. Diante desse cenário cada vez mais dinâmico e competitivo, no qual a gestão financeira eficiente e estratégias de marketing eficazes são essenciais para o crescimento sustentável, a aplicação bem-sucedida das ferramentas de marketing digital contábil é fundamental para o sucesso organizacional. O conhecimento contábil na era digital desempenha um papel vital no desenvolvimento das empresas, ao proporcionar uma compreensão mais profunda de como as práticas contábeis modernas alavancarão o crescimento e a inovação.

Este artigo oferece insights valiosos sobre como essas tecnologias melhorarão a eficiência operacional e estratégica da organização, revelando benefícios tangíveis e intangíveis, como maior colaboração entre departamentos, adaptação às novas tecnologias e fortalecimento da cultura organizacional voltada para a inovação. Além disso, avalia as mudanças comportamentais resultantes do uso dessas ferramentas e destaca como o conhecimento contábil a contribuição para o avanço da empresa na era digital. Ao longo do artigo, são apresentados os benefícios práticos dessas ferramentas, mas também diretrizes para gestores e profissionais interessados em aprimorar a gestão financeira e estratégica de suas empresas no contexto digital.

A metodologia utilizada fundamenta-se em pesquisas bibliográficas e na análise de especialistas na aplicação do marketing digital como componente essencial para o desenvolvimento organizacional, fornecendo orientações críticas para a operação da empresa. Após a coleta de informações, foi realizada a aplicação de ferramentas de qualidade, como a análise SWOT, que identificou pontos fortes e fracos, além de oportunidades e ameaças e o checklist administrativo 5W2H, responsável por organizar atividades, prazos e responsabilidades.

Sabe-se que a coleta e interpretação dos dados adquiridos foram fundamentais para construir uma base sólida de conhecimento que serviu de orientação para a empresa solucionar seus problemas. Portanto, conclui-se que a adoção e integração eficazes das ferramentas de marketing digital contábil promovem a saúde financeira das organizações e influenciam diretamente as decisões estratégicas, permitindo que enfrentem os desafios da era digital com maior assertividade e eficiência.

2. CONCEITUAR O PAPEL DO CONHECIMENTO CONTÁBIL

Uma das peculiaridades da gestão contábil é seu caráter eminentemente histórico, inerente às ciências sociais. Ela se dedica ao estudo das variações quantitativas e qualitativas que ocorrem no patrimônio (conjunto de bens, direitos e obrigações) das entidades. A ciência social é sempre analisada considerando uma configuração espacial e histórica específica.

Para Lopes e Martins (2005), as pesquisas contábeis podem ser classificadas em duas abordagens contemporâneas: a tradição normativa, que prescreve o que é ideal, e a tradição positiva, que busca explicar e prever fenômenos. No tocante (Marion 2008), afirma que:

> Apresenta um dos conceitos de Contabilidade: uma ciência que estuda, registra, controla e informa os eventos e fatos econômico-financeiros que impactam o patrimônio de uma organização, seja ela pública ou privada. Portanto, o objeto da Contabilidade é o próprio patrimônio.

A análise de estudos em congressos contábeis revela um constante crescimento nas pesquisas científicas da área, com metodologias cada vez mais diversificadas. As abordagens, segundo Mendonça et al. (2006) constataram que, em 2023, prevalece a abordagem positiva. O conhecimento contábil permite conclusões detalhadas a partir de demonstrações financeiras como balanço patrimonial (BP) e demonstração de resultados (DRE). Entre 1995 e 2003, as pesquisas variaram entre temas como gestão empresarial, finanças, sistemas de informação e educação contábil, destacando o uso de novos recursos tecnológicos, maximização de lucro e suporte à gestão, além de considerarem o ensino da contabilidade. Afirmam os estudos de Pasa (2001, p. 73), Silva e Alves (2001), Neto et al. (2001) que novas tecnologias têm impactado significativamente a prática contábil nas empresas. O conhecimento contábil permite obter resultados cada vez mais otimizados e bem-sucedidos para uma organização.

Dessa forma, é evidente que a gestão contábil, com seu caráter histórico e social, desempenha um papel crucial na compreensão e administração do patrimônio das entidades, o conhecimento contábil não apenas facilita a análise financeira, mas

também contribui para a tomada de decisões mais informadas e estratégicas, promovendo a serventia e êxito nas organizações.

2.1. O IMPACTO DO SABER CONTÁBIL NO DESENVOLVIMENTO DA EMPRESA

Esse impacto do saber contábil se manifesta na capacidade de utilizar informações contábeis para melhorar a tomada de decisões estratégicas, otimizar recursos, aumentar a transparência financeira e se adaptar eficazmente às demandas do mercado competitivo.

Para (IDICÍBUS; MARION, 2010) o conhecim4e7nto contábil é crucial para orientar as decisões empresariais visando a máxima eficiência e eficácia, assegurando a competitividade. Assim,

compreender como o conhecimento contábil pode ser aplicado de forma prática é fundamental para o progresso e sucesso organizacional.

Gagne (2018) argumenta que:

> No passado, as empresas costumavam definir o desenvolvimento de seus produtos com base em suas próprias preferências, atualmente, é essencial que elas considerem as opiniões dos usuários das plataformas e dos consumidores para garantir maior eficiência e qualidade no desenvolvimento de seus produtos.

É essencial que os contabilistas sejam devidamente qualificados para aplicar seus conhecimentos e planos, contribuindo para o crescimento e a sustentabilidade dos negócios através de sua agilidade, aplicabilidade na tomada de decisões, compreender o comportamento do consumidor diante de suas emoções e ações de compra pode influenciar diretamente suas decisões de compra.

Portanto, o conhecimento contábil vai além das técnicas financeiras, sendo fundamental para a adaptação e prosperidade das organizações em ambientes dinâmicos, otimizando recursos e garantindo competitividade por meio de decisões estratégicas baseadas em dados precisos e atualizados. A expertise contábil é crucial para o progresso e sustentabilidade das empresas.

2.1.1. O AVANÇO DA EMPRESA NA ERA DIGITAL

A era digital revolucionou significativamente o modo como as pessoas vivem, se comunicam e realizam suas atividades diárias. As empresas não podem ficar alheias a esse processo e devem se adaptar para aproveitar os benefícios da transformação digital. São necessários ajustes para obter vantagem competitiva e se aproximar mais dos clientes. A era da informação tem um impacto significativo na forma como nos comunicamos e percebemos o mundo ao nosso redor. Isso também requer uma mudança de comportamento que as empresas precisam acompanhar.

Matt, Hesse e Benlian (2015), afirmam que a postura de uma empresa em relação às novas tecnologias e sua habilidade para explorá-las desempenham um papel estratégico crucial em sua ambição futura. Uma empresa deve escolher entre liderar o mercado com inovações tecnológicas próprias ou adotar padrões estabelecidos, usando

a tecnologia como ferramenta para operações comerciais. Empresas de diversos segmentos, entre 2021 e 2023 têm implementado uma série de iniciativas para explorar novas tecnologias digitais e aproveitar seus benefícios, frequentemente resultando em transformações nas operações comerciais, impactando produtos, processos, estruturas organizacionais e conceitos de gestão (MATT, HESS, & BENLIAN, 2015).

Em resumo, para gerenciar essas complexas mudanças, uma estratégia é essencial como ponto central para integrar a coordenação, priorização e implementação das transformações digitais dentro da empresa. Na era digital, confiar em uma proposta de valor inflexível pode resultar em desafios significativos e abrir espaço para novos concorrentes com propostas de valor mais atrativas.

2.2. O RECONHECIMENTO AO ACESSO À INFORMAÇÃO COM A GESTÃO CONTÁBIL

A contabilidade desempenha um papel crucial no registro das transações financeiras de uma empresa, fornecendo dados essenciais para decisões estratégicas. A obtenção e acesso às informações são facilitados pela adoção de processos adequados de registro e controle, assegurando a confiabilidade e integridade dos dados contábeis. Dessa forma, a contabilidade não apenas garante um acesso seguro e preciso às informações financeiras da organização, mas também contribui para uma gestão financeira eficiente e decisões bem fundamentadas. Além disso, a contabilidade ajuda na identificação de tendências e na análise de desempenho, proporcionando insights valiosos para a administração empresarial. Portanto, é inegável que a contabilidade representa uma ferramenta essencial para a comunicação e utilização das informações financeiras de uma empresa.

Segundo Gomes. (2021, p. 1),

> A relevância da contabilidade para microempresas reside no fato de que "essas organizações são geralmente mais vulneráveis devido ao seu tamanho e ao ambiente competitivo, necessitando do suporte contábil para manterem sua viabilidade diante da intensa concorrência do mercado globalizado". Portanto, é crucial que gestores e administradores estejam plenamente cientes das responsabilidades e recursos disponíveis no campo da contabilidade.

Conforme o autor menciona, é frequente que os gestores desse tipo de negócio negligenciem ou não compreendam os métodos contábeis, o que pode levar a situações financeiras complexas e até mesmo à falência. Esses eventos destacam a importância de estudos científicos que abordem esse tema, propondo soluções para mitigar a falta de compreensão sobre a função dacontabilidade e suas ferramentas entre os praticantes desse modelo de negócio.

Em síntese, a contabilidade digital representa uma significativa evolução nos serviçoscontábeis, possibilitando aos profissionais uma maior proximidade com seus clientes e um aprimoramento substancial do seu trabalho. Isso ocorre através da automação de tarefas repetitivas e da aplicação de conceitos avançados de inteligência artificial, que não apenas substituem processos manuais, mas também elevam a precisão e eficiência na análise financeira e na geração de relatórios. Essa transformação

digital não só facilita a gestão financeira das empresas, mas também fortalece a capacidade dos contadores em oferecer insights estratégicos e suporte decisório fundamentado aos seus clientes.

2.2.1. APLICAÇÃO DA CONTABILIDADE NA GESTÃO ORGANIZACIONAL

A contabilidade digital pode ser extremamente benéfica para uma empresa de vendas de parafusos em geral, considerando a natureza das suas transações financeiras e contábeis. Uma das maiores vantagens da contabilidade digital é a automatização dos processos, o que não só melhora a eficiência operacional, mas também agiliza todo o fluxo de trabalho contábil. Além disso, a contabilidade digital oferece a vantagem de utilizar softwares de gestão financeira específicos para o setor de vendas de parafusos em geral, os quais são capazes de auxiliar em diversas tarefas como controle de vendas, gestão de contratos, cobranças e emissão de notas fiscais eletrônicas, entre outras funcionalidades.

> Neste contexto, conforme Vasconcellos (2021) destaca, essas tecnologias proporcionam uma série de vantagens significativas, tanto em termos de precisão quanto de eficiência. O que anteriormente exigia a participação de várias pessoas pode agora ser realizado por apenas uma, com menos esforço e redução de erros. O autor ressalta ainda a necessidade de os profissionais contarem com softwares dedicados à gestão contábil, fiscal, administrativa, entre outras áreas.

Com a adoção da gestão contábil digital, é viável centralizar todas as informações financeiras de forma integrada e atualizada em tempo real. Adicionalmente, é possível automatizar o registro de despesas, receitas e o controle de estoque. Conforme observado por Canovas et al. (2021), os escritórios contábeis experimentaram um ambiente mais organizado e livre da sobrecarga de documentos físicos ao adotarem a contabilidade digital.

> Assim sendo, conforme Pardinho et al. (2021), a contabilidade digital surgiu em 2015 com o objetivo de promover o uso de ferramentas online para melhorar a produtividade e eficiência dos escritórios contábeis. Contudo, houve resistência de alguns profissionais que temiam perder seus empregos ao adotar essa tecnologia. É crucial notar que, embora a tecnologia automatize algumas operações, ela não substitui o papel estratégico desempenhado pelos profissionais contábeis.

A contabilidade digital agiliza a gestão financeira, automatiza tarefas repetitivas, reduz erros e facilita o acesso a dados financeiros, acelerando decisões e melhorando a comunicação com clientes e fornecedores.

Portanto, a integração da contabilidade digital com outras áreas da empresa, como vendas e compras, facilita a gestão de estoques e a realização de análises de desempenho e a contabilidade digital emerge como uma aliada essencial para o sucesso organizacional, promovendo eficiência operacional e melhorando a competitividade no mercado.

2.2.2. A GESTÃO CONTÁBIL NAS DECISÕES EMPRESARIAIS

A contabilidade é essencial para a tomada de decisões empresariais, fornecendo informações críticas que orientam os gestores. A falta de dados é uma deficiência comum nos negócios e a gestão eficaz dessas informações é crucial para o sucesso e a sustentabilidade da empresa. De acordo com Schultz (2020), a contabilidade Digital está impulsionando uma nova época tecnológica, substituindo arquivos de documentos físicos, a verificação manual, a digitação e o arquivamento por um processo de verificação de dados em formato eletrônico, principalmente por meio de sistema de gestão (ERP) - Planejamento dos Recursos da Empresa. Isso facilita o acesso às informações e amplia a eficiência e a agilidade do processo contábil.

A gestão contábil surge como uma ciência destinada a registrar de forma clara as principais transações, com o objetivo de controlar o patrimônio. Algumas maneiras pelas quais a gestão contábil pode auxiliar nas decisões estratégicas incluem:

2.2.3. INDICADORES DE RENTABILIDADE

Utilizar análises que integrem balanço patrimonial, fluxo de caixa e dados qualitativos é crucial para obter uma visão precisa da saúde financeira e operacional, melhorando o planejamento e controle das receitas e despesas. Segundo Padoveze, Benedicto (2007), a análise da rentabilidade é crucial na avaliação das demonstrações financeiras, pois revela o retorno do capital investido e as causas dessa rentabilidade.

Portanto, a contabilidade fornece insights sobre a lucratividade, ajudando gestores a tomar decisões sobre manutenção, expansão ou descontinuação de negócios, além de identificar áreas para melhoria e oportunidades de crescimento estratégico.

2.2.4. ANÁLISE DE DESEMPENHO EMPRESARIAL

Conforme Chiavenato (2014), a avaliação de desempenho é um procedimento utilizado para avaliar ou estimar o valor, a qualidade e as habilidades de um indivíduo ou equipe, bem como sua contribuição para os objetivos da organização.

No tocante, BERGAMINI; BERALDO, (2013, p.13) afirma que:

> O processo de avaliação do desempenho humano nas organizações vai além da criação de ferramentas técnicas complexas; ele se concentra mais na criação de um ambiente onde as pessoas possam interagir de maneira espontânea, aberta e confiável. Assim, a avaliação de desempenho é uma questão de atitude tanto quanto de técnica.

Em resumo, a ciência contábil possibilita aos gestores a avaliação do desempenho da empresa em termos financeiros, compreendendo a análise de receitas, custos e despesas para uma compreensão aprofundada do desempenho organizacional bem como embasa decisões gerenciais fundamentadas.

2.2.5. PERSPECTIVA ANALÍTICA O FLUXO DE CAIXA

O fluxo de caixa é essencial para avaliar a saúde financeira de uma empresa, mostrando entradas e saídas de dinheiro ao longo do tempo. Analisar esses dados ajuda a identificar tendências e áreas de melhoria, permitindo que as organizações antecipem e corrijam problemas de caixa.

Assaf Neto e Silva (2002, p.39) complementam que:

> Ambientes econômicos modernos de concorrência de mercado exigem das organizações maior eficácia na gestão financeira de seus recursos, não admitindo indecisões sobre sua alocação. Uma gestão eficaz dos recursos financeiros, como é sabido, reduz consideravelmente a necessidade de capital de giro, resultando em maiores lucros principalmente pela diminuição das despesas financeiras. Em essência, a atividade financeira de uma organização demanda monitoramento contínuo de seus resultados, a fim de avaliar seu desempenho e efetuar os ajustes necessários. O objetivo primordial da função financeira é garantir à empresa recursos de caixa adequados para honrar os diversos compromissos assumidos e promover a maximização de seus lucros.

O Demonstrativo de Fluxo de Caixa (DFC) é um relatório contábil que mostra as transações de caixa da empresa, ajudando gestores na tomada de decisões financeiras. Pode se apresentar de duas maneiras, conforme descrito a seguir: Projeção de Entradas e Saídas de Caixa, onde são estimados os valores para um determinado período de atividade.

Portanto, uma abordagem integrada, que envolve tanto o fluxo de caixa quanto a contabilidade, é essencial para garantir uma gestão financeira eficaz e sustentável, promovendo a maximização dos lucros e a viabilidade a longo prazo das empresas.

2.3. TRANSFORMAÇÕES COMPORTAMENTAIS EMPRESARIAIS IMPULSIONADAS PELO MARKETING DIGITAL

O marketing digital transformou o comportamento das pessoas em relação à segurança dos usuários ao adquirirem produtos online, proporcionando maior comodidade e reduzindo os receios na hora de efetuar compras pela internet. Dessa forma, o comércio se compromete a oferecer mais opções para garantir maior satisfação aos consumidores, de maneira ágil e com preços mais competitivos.

Nesse contexto, Kotler e Armstrong (2020) destacam que "o marketing digital não representa apenas uma mudança nas estratégias de comunicação; trata-se de uma transformação profunda nos processos e operações das empresas". Ressaltando a importância de as empresas compreenderem o impacto das mudanças comportamentais e ajustarem suas práticas internas para atender às demandas do mercado. Uma das principais transformações comportamentais impulsionadas pelo marketing digital é a necessidade de personalização.

O marketing digital orienta as empresas a adotarem novas estratégias, promovendo mudanças comportamentais como um maior foco no cliente e suas necessidades.

De acordo com os autores Costa, Santana e Trigo (2015, p. 170):

> O cliente é considerado a pessoa mais importante em qualquer negócio. Não é apenas uma transação financeira, mas um ser humano com sentimentos, que merece ser tratado com respeito, atenção e cortesia. O foco está em atender todas as suas necessidades, desejos e, principalmente, garantir sua satisfação.

Outrossim, o marketing digital transformou as operações empresariais ao priorizar a personalização e o foco no cliente, estabelecendo conexões emocionais e oferecendo experiências sob medida, impulsionando inovação e adaptação às demandas do mercado.

2.3.1. MARKETING DIGITAL CONTÁBIL

A aplicação dos princípios do Marketing convencional à área da contabilidade é essencial nos dias de hoje. Segundo Hernandes (2019, p. 1), isso implica em um "conjunto de vantagens competitivas que permitem à empresa diferenciar seus serviços contábeis dos oferecidos pelo mercado concorrente". O marketing na contabilidade, antes visto como opcional, tornou-se essencial por agregar valor e não apenas promover vendas, combinando ciência e arte para gerar novos leads para sites contábeis. Para Rez (2016, p. 37):

> A internet não é mais exclusiva para o público adolescente ou jovem. A democratização dos meios digitais, a proliferação tecnológica e o crescimento das redes sociais revelaram um novo tipo de consumidor, mais diversificado e com um comportamento de pesquisa mais apurado. Esses consumidores estão atentos aos atributos de produtos ou serviços e valorizam a experiência de outros usuários antes de fazer uma compra.

As redes sociais, integradas ao cotidiano das pessoas, oferecem plataformas valiosas para empresas expandirem sua presença no mercado. Utilizar essas ferramentas, como o Google Ads e as redes sociais, é crucial para aumentar a visibilidade e fortalecer a confiança na área contábil, exigindo estratégias de marketing digital eficazes para superar a concorrência e garantir o sucesso nos negócios. Conforme Fameli (2018, p. 1), elaborar uma estratégia de marketing digital usando as redes sociais pode facilitar a interação com o público-alvo e promover os conteúdos da empresa.

Portanto, uma estratégia eficaz pode envolver criar perfis no LinkedIn para conexões profissionais, no Instagram para compartilhar conteúdo diversificado e no Facebook para alcançar o público-alvo da empresa.

2.3.2. O IMPACTO DO MARKETING DIGITAL CONTÁBIL NA EFICIÊNCIA ORGANIZACIONAL

O marketing digital na área contábil tem o poder de ampliar significativamente a visibilidade do seu escritório, sendo apenas uma das muitas vantagens que oferece. Segundo Kotler e Keller (2006), seu objetivo é identificar e satisfazer as necessidades e

desejos tanto das pessoas quanto da sociedade, buscando atendê-las de maneira lucrativa. A internet se tornou essencial nas estratégias de marketing eficaz e de baixo custo.

Peçanha (2018) destaca que:

> No mundo do marketing online, a coleta e análise de dados são etapas fundamentais para a constante melhoria da estratégia. Hoje em dia, tudo deve ter seu retorno comprovado, com métricas como Retorno sobre o Investimento (ROI) e Custo de Aquisição de Clientes (CAC) sendo analisadas em tempo real para identificar falhas rapidamente e implementar melhorias.

Contabilidade digital, softwares online e internet revolucionam gestão contábil, aumentando produtividade, reduzindo custos e fornecendo informações precisas em tempo real. De acordo Corrêa (2018), a contabilidade digital se destaca pela facilidade de acesso aos dados e informações, bem como pela disponibilidade de representações e transmissões de dados financeiros em formato eletrônico, o que reduz custos e tempo de execução de tarefas, caminhando rumo à eliminação do uso de papel na rotina do profissional contábil. Segundo (SCHULTZ, 2020),

> a contabilidade digital tem como objetivo aproximar contadores e clientes, beneficiando ambos em termos de produtividade, segurança e redução de custos. Ao adotar um software, o cliente obtém melhor desenvolvimento e controle de seu negócio, pois o profissional contábil tem acesso facilitado às informações, sem a necessidade de lidar com pilhas de documentos.

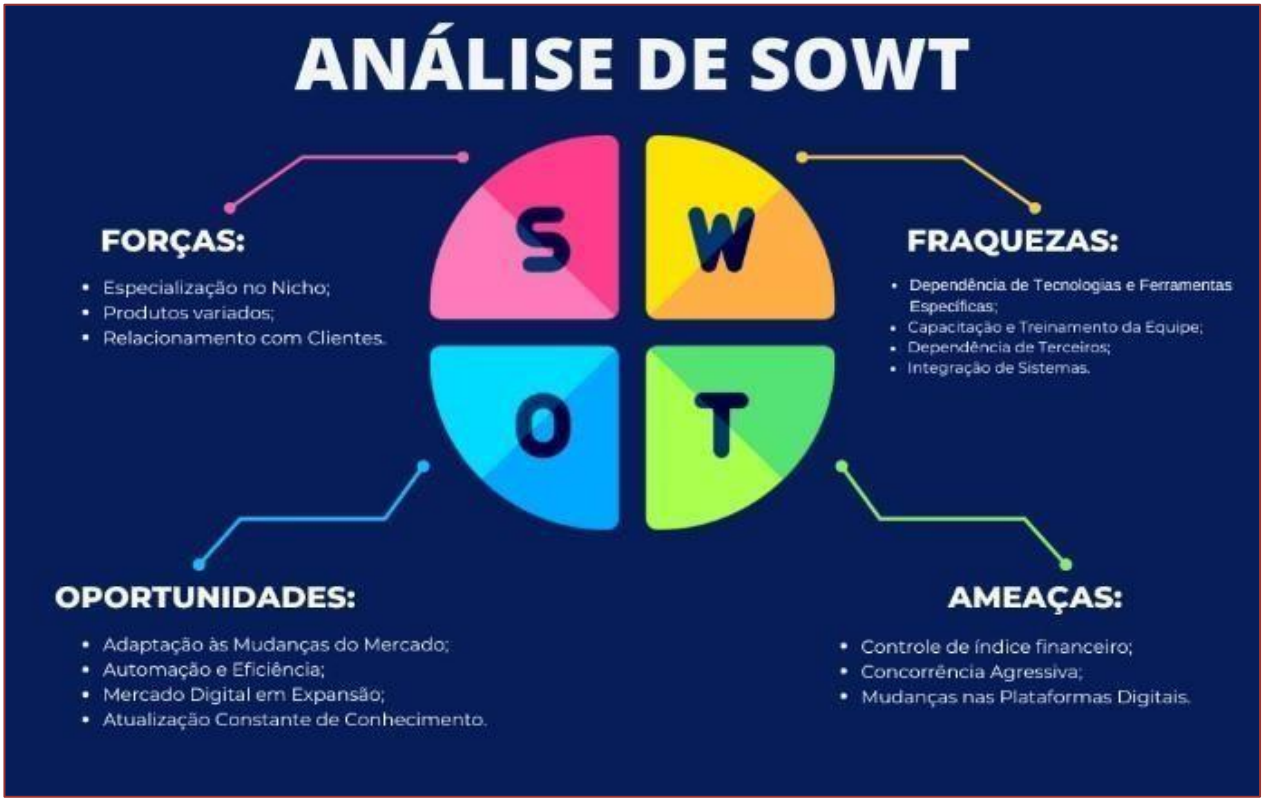
Portanto, é crucial ressaltar que a eficácia do marketing digital contábil depende da estratégia, público-alvo e mercado da empresa, sendo essencial adotar uma abordagem personalizada e alinhada para maximizar resultados e relevância online.

3. METODOLOGIA

Este artigo teve como objetivo principal analisar como as ferramentas de marketing digital contábil podem impulsionar o crescimento financeiro de empresas na era digital, promovendo sua saúde financeira e aumentando sua competitividade no mercado. O enfoque também se concentra nos impactos financeiros dessas ferramentas na Empresa H Almeida ME, uma empresa do setor de vendas de parafusos, incluindo identificação, análise, implementação e integração das principais ferramentas de marketing digital contábil.

Este estudo iniciou-se por meio da análise de SWOT que tem como plano de ação, checklist administrativo de atividades, prazos e responsabilidades (quem, o que, quando, onde, como e quanto - 5W2H), a fim de fornecer uma perspectiva límpida, objetiva e metodológica para a gestão estratégica, avaliou os pontos fortes e fracos da empresa e o que impede sua alavancagem no mercado.

Figura



Fonte: Albert Humphrey 1960 - Acadêmicos 2024

Esta pesquisa visou explorar como essas ferramentas influenciam diretamente as tomadas de decisões da empresa. Destaca-se a importância do conhecimento contábil na era digital e suas influências no desenvolvimento organizacional, fornecendo uma compreensão profunda de como práticas contábeis modernas podem impulsionar o crescimento das empresas. A identificação e acesso às informações e a aplicabilidade das ferramentas de marketing digital contábil nas decisões estratégicas da Empresa. A base deste artigo é fundamentada em pesquisas bibliográficas que exploram conceitos e ideias de diversos autores relacionados ao objetivo do estudo. A pesquisa bibliográfica utiliza fontes bibliográficas ou materiais elaborados, como livros, publicações periódicas, artigos científicos, impressos diversos ou textos extraídos da internet (Menezes et al., 2019). A busca por informações e a realização de observações e interpretações dos dados adquiridos foram essenciais para reunir informações que serviram como base de conhecimento, alertas e demonstração da importância das ferramentas contábeis e do marketing digital para orientar a empresa na solução de seus problemas.

Para obter dados, foi realizada uma pesquisa bibliográfica abrangente, utilizando uma variedade de fontes diretas e indiretas, como livros, artigos científicos, teses. Essas informações foram analisadas e interpretadas para determinar a viabilidade do desenvolvimento do artigo.

Diversas bases de dados foram exploradas, incluindo Scholar, Núcleo do Conhecimento e SEBRAE, para obter referências pertinentes ao tema escolhido. Essas fontes foram cuidadosamente selecionadas e examinadas, contribuindo para a construção do conhecimento apresentado neste trabalho.

Portanto, conclui-se que a adoção e integração eficazes das ferramentas de marketing digital contábil podem não apenas promover a saúde financeira das organizações, mas também influenciar diretamente suas tomadas de decisões, capacitando-as a enfrentar os desafios da era digital com maior eficiência e assertividade.

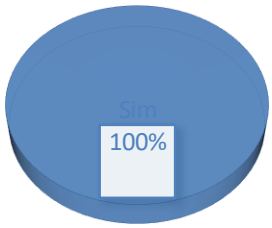
Com base na análise e implementação das ferramentas de marketing digital contábil na Empresa H Almeida ME, foi possível observar que essas ferramentas desempenham um papel crucial na otimização dos processos de gestão financeira e nas tomadas de decisões estratégicas. A seguir, algumas questões-chave relacionadas ao impacto dessas ferramentas e ao seu uso dentro da empresa:

1. A empresa H almeida ME já possuía algum conhecimento prévio sobre as ferramentas de marketing digital contábil antes da implementação abordada neste estudo?

2. Houve resistência por parte dos gestores ou funcionários durante a implementação dessas ferramentas digitais?

(continuação)

3. O plano de ação baseado na análise SWOT identificou mais pontos fracos do que pontos fortes na gestão financeira da empresa?



4. As ferramentas de marketing digital contábil abordadas neste estudo já eram amplamente aplicadas por outras empresas do setor de vendas de parafusos?

5. Os resultados financeiros observados na empresa H almeida ME após a integração das ferramentas de marketing digital contábil foram superiores ao esperado?

Fonte: Adaptado pelos acadêmicos, 2024

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Para impulsionar o crescimento financeiro da empresa H Almeida ME, especializada na venda de parafusos, propõe-se uma abordagem estratégica baseada no uso de ferramentas de marketing digital contábil. Essas ferramentas visam melhorar a saúde financeira da empresa e aumentar sua competitividade no mercado. Com a integração dessas soluções tecnológicas, será possível otimizar processos internos, aprimorar a comunicação com clientes e tomar decisões mais fundamentadas, promovendo um crescimento sustentável.

Na era digital, o conhecimento contábil tornou-se um diferencial essencial para o avanço organizacional. No caso da H Almeida ME, esse conhecimento será crucial para garantir a sustentabilidade e a competitividade da empresa. O uso da contabilidade e do marketing digital contábil permitirá identificar pontos de melhoria e oportunidades, além de embasar a implementação de estratégias voltadas para a eficiência financeira e dos processos internos.

No século XXI, existem diversas ferramentas de marketing digital contábil que podem ser aplicadas à gestão financeira, como análise de dados e automação de processos. Com a adoção dessas ferramentas, a empresa poderá tomar decisões estratégicas mais ágeis e precisas, otimizando recursos e aumentando a eficiência financeira. Além disso, essas ferramentas permitirão insights valiosos sobre o desempenho da empresa.

A implementação dessas tecnologias também afetará a cultura organizacional, promovendo maior eficiência no trabalho de colaboradores e gestores. A otimização dos processos contábeis resultará em uma melhor alocação de recursos e maior capacidade de resposta às demandas do mercado, contribuindo diretamente para a saúde financeira da empresa.

Ao sistematizar essas ferramentas contábeis, a H Almeida ME obterá maior controle financeiro e um planejamento estratégico eficaz, fortalecendo seu crescimento no mercado. A comparação de indicadores, como o DRE e o fluxo de caixa, proporcionará uma visão mais ampla da saúde financeira da empresa e das oportunidades de melhoria.

Por fim, o estudo ofereceu uma base sólida para compreender o papel do conhecimento contábil digital e das ferramentas de marketing digital contábil, bem como os impactos financeiros e comportamentais resultantes. O plano de ação baseado no 5W2H garantirá uma implementação eficiente, assegurando o sucesso financeiro e operacional da empresa.

- Desenvolvimento do plano de ação para o setor de contabilidade digital e ferramentas de marketing digital contábil, abordando o problema e apresentando soluções por meio da metodologia 5W2H:

Figura 2:- Plano de ações no setor de contabilidade digital e ferramentas de marketing digital contábil

O QUE?	POR QUE?	QUEM?	QUANDO?	ONDE?	COMO?	QUANTO?
Propor a Implementação de ferramentas de marketing digital contábil	Para otimizar processos internos, aprimorar a comunicação.	Mateus Rafael Equipe de contabilidade, marketing digital e consultores.	De 1º de Junho a 30 de setembro	Na sede da H Almeida ME.	Integrar ferramentas de análise de dados e automação de processos.	R$ 500,00
Integrar conhecimentos de Contabilidade digital	Para identificar oportunidades para embasar estratégias que aumentem a eficiência financeira.	Mateus Rafael Equipe de contabilidade.	De 1º de abril a 30 de setembro	Na sede da H Almeida ME.	Realizar workshops e treinamentos sobre contabilidade digital.	R$ 250,00
Adotar ferramentas de análise de dados e automação.	Para tomar decisões Estratégicas mais ágeis e precisas, otimizar e aumentar a eficiência financeira.	Mateus Rafael Equipe de TI, equipe financeira e consultores de automação	De 1º de agosto a 30 de setembro	Na sede da H Almeida ME	Implementar automação e análise, realizar testes e ajustes contínuos.	R$ 450,00
Avaliar o impacto das novas tecnologias.	Para promover maior eficiência entre colaboradores e gestores.	Mateus Rafael Recursos Humanos, equipe de implementação de tecnologia e gestores.	De 1º de junho a 30 de setembro	Na sede da H Almeida ME	Realizar pesquisas de clima organizacional, feedbacks regulares e sessões de treinamento.	R$ 1.050,00
Sistematizar o uso de ferramentas contábeis.	Para fortalecer a saúde financeira e oportunidades de melhoria.	Mateus Rafael Equipe financeira, consultores e gestores.	De 1º de maio a 30 de setembro	Na sede da H Almeida ME	Integrar ferramentas contábeis, criar relatórios comparativos.	R$ 650,00
Avaliação e Otimização	Para identificar melhorias e garantir eficácia.	Mateus Rafael Equipe de contabilidade.	De 1º de março a 30 de setembro	Na sede da H Almeida ME	Reunião de avaliação e ajustes no plano de ação.	R$ 250,00

Fonte: Adaptação Acadêmicos 2024

5. PLANEJAMENTO DA PROPOSTA

A empresa identificou a necessidade de adotar ferramentas de marketing digital contábil para impulsionar seu crescimento financeiro e aumentar a competitividade no mercado. O objetivo é utilizar ferramentas de marketing digital contábil para otimizar process os internos, aprimorar a comunicação com clientes, e tomar decisões mais fundamentadas, promovendo um crescimento sustentável. Sendo assim, foi elaborado o plano de ação para soluções, colocado em prática conforme a figura:1

Figura 2:- Informações gerais sobre as ações no setor contabilidade digital e ferramentas de marketing digital contábil

AÇÃO	SETOR	RESP.	INÍCIO	TÉRMINO	STATUS ATUAL	OBS.
Avaliação da situação financeira atual e as ferramentas de marketing digital já existentes.	Contábil	Mateus Rafael	1º/JUN	30/SET	FINALIZADA	APROV. JÁ EM USO
Implementação de ferramentas, análise de dados e automação, e integrá-las ao sistema da empresa.	Contábil e Marketing Digital	Mateus Rafael	1º /AGO	30/SET	FINALIZADA	APROV. JÁ EM USO
Execução de treinamentos sobre o uso das novas ferramentas e práticas de contabilidade digital.	Contábil e Recursos Humanos	Mateus Rafael	1º /AGO	30/SET	FINALIZADA	APROV. JÁ EM USO
Realização de monitoramento do impacto das ferramentas e práticas implementadas, ajustando conforme necessário.	Contábil e Marketing Digital	Mateus Rafael	1º /JUN	30/SET	FINALIZADA	APROV. JÁ EM USO
Integração de planejamento estratégico baseado em análises de indicadores financeiros e gerar relatórios de desempenho.	Contábil e Gestão	Mateus Rafael	1º /MAI	30/SET	FINALIZADA	APROV. JÁ EM USO

Fonte: Adaptação Acadêmicos 2024

O plano de ação para a H Almeida ME foca na adoção de ferramentas de marketing digital contábil para melhorar a saúde financeira e aumentar a competitividade. Inclui a avaliação da situação atual, seleção e implementação de ferramentas, treinamento da equipe, monitoramento dos impactos, e planejamento estratégico baseado em indicadores financeiros. Este planejamento visa otimizar processos internos, aprimorar a comunicação com clientes e promover um crescimento sustentável.

Portanto, a implementação bem-sucedida deste plano sinaliza um avanço significativo para a empresa, estabelecendo uma base sólida para seu desenvolvimento futuro e sucesso contínuo.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta de solução para a H Almeida ME, voltada para a implementação de ferramentas de marketing digital contábil, oferece um caminho robusto para o crescimento financeiro e a ampliação da competitividade da empresa. A integração dessas

ferramentas tecnológicas tem o potencial de transformar significativamente a gestão financeira e operacional da empresa, garantindo uma base sólida para decisões estratégicas e práticas mais eficientes.

A abordagem proposta permite otimizar processos internos, melhorar a comunicação com clientes e tomar decisões mais fundamentadas, elementos essenciais para promover um crescimento sustentável. Com a adoção de ferramentas de análise de dados e automação, a empresa estará mais bem equipada para identificar oportunidades e pontos de melhoria, fortalecendo sua posição no mercado.

A integração de conhecimentos contábeis digitais e a implementação de tecnologias avançadas trarão uma série de benefícios, incluindo maior eficiência no trabalho dos colaboradores e gestores, melhor alocação de recursos e uma capacidade aprimorada de resposta às demandas do mercado. Além disso, a sistematização das ferramentas contábeis e a comparação de indicadores financeiros proporcionarão uma visão mais abrangente da saúde financeira da empresa, possibilitando um planejamento estratégico mais eficaz.

O planejamento detalhado, fundamentado no método 5W2H, assegura que a proposta será implementada de forma estruturada e eficiente. Com a realização de avaliações, treinamentos e ajustes contínuos, a empresa estará bem-posicionada para enfrentar desafios e aproveitar novas oportunidades.

Portanto, a proposta apresentada não apenas visa a melhoria da saúde financeira da H Almeida ME, mas também busca criar um ambiente organizacional mais ágil e adaptável às mudanças do mercado. O sucesso da implementação deste plano representará um avanço significativo para a empresa, estabelecendo as bases para um desenvolvimento contínuo e sustentável.

A compreensão e a aplicação do conhecimento contábil digital serão, sem dúvida, diferenciais essenciais para garantir a competitividade e a prosperidade da H Almeida ME no cenário empresarial atual.

REFERÊNCIAS

[1] **ASSAF NETO, A.; SILVA, C. A. T.** Administração do capital de giro. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

[2] **BERGAMINI, Cecília Whitaker; BERALDO, Deobel Garcia Ramos**. Avaliação de Desempenho Humano na Empresa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

[3] **CANOVAS, Laura Santos et al.** A nova economia e seus efeitos durante e pós-pandemia.2021**.** Revista científica, [S. l.], v. 1, n. 1, 2021.

[4] **COSTA, A. S. C.; SANTANA, L. C.; TRIGO, A. C.** Qualidade do atendimento ao cliente: um grande diferencial competitivo para as organizações. Revista de Iniciação Científica – RIC, v. 2, n. 2, p. 155-172, 2015. Disponível em: https://cairu.br/riccairu/pdf/artigos/2/10_QUALIDADE_ATEND_CLIENTE.pdf. Acesso em: 30 set. 2022.

[5] **CHIAVENATO, Idalberto.** Recursos humanos na Empresa. São Paulo: Atlas, 2014.

[6] **FAMELI, Rogerio.** Redes Sociais para Contabilidade: Como utilizá-las em sua estratégia de marketing digital. 2018. Disponível em: <https://www.contabeis.com.br/ artigos/5140/rede- sociais-para-contabilidade-como-utiliza-las-em-sua-estrategia-de-marketing-digital/>. Acesso em: 22 mar. 2022.

[7] **GAGNE, R. M.** Instructional Technology: Foundations. Routledge, NY, 16 de dez de 2018.

[8] **GOMES, A. C.; SILVA, T. B. J.; LIMA FILHO, R.** N. A tecnologia da informação contábil e a sua influência no trabalho individual dos profissionais de contabilidade em Senhor do Bonfim (BA). Revista Mineira de Contabilidade, v. 16, n. 1, p. 60-70, 2015

[9] **HERNANDES, Anderson.** Conceitos de marketing aplicado ao mercado contábil. 2019. Disponível em: <https://www.andersonhernandes.com.br/conceitos-de-marketing-aplicado-ao-mercado-contabil/>. Acesso em: 22 mar. 2019.

[10] **IUDÍCIBUS, S de; MARION, J. C.; DE FARIA, A.** C. Introdução à teoria da contabilidade: para o nível de graduação.5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

[11] **KOTLER, P.; ARMSTRONG, G.** Princípios de Marketing. São Paulo: Atlas, 2012.

[12] **KOTLER, P.; KELLER, K. P.** Administração de Marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson. 2012.

[13] **LOPES, Alexsandro Broedel e MARTINS, Eliseu.** Teoria da contabilidade: uma nova abordagem. São Paulo: Atlas. 2005.

[14] **MARION, J. C.** Contabilidade básica. 10 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

[15] **Matt, C., Hess, T. & Benlian, A.** Digital Transformation Strategies. *Bus Inf Syst Eng* 57, 339–343 (2015). https://doi.org/10.1007/s12599-015-0401-5/.

[16] **MENDONÇA, Marques Miranda de.** Utilização de ferramentas de marketing na contabilidade: um estudo em escritório de contabilidade. 2006. Revista Científica CET-FAESA: Revista da Faculdade de Tecnologia FAESA. Vitória, Ano 11, nº 16, pág. 49-60, janeiro/dez. 2020.

[17] **MENEZES, Afonso Henrique Novaes et al.** Metodologia científica: teoria e aplicação na educação a distância. Universidade Federal do Vale do São Francisco. Petrolina, 2019.

[18] **PADOVEZE, C. L. BENEDICTO, L. O**. Contabilidade Gerencial: Um enfoque em sistema de informação contábil. (5a ed). São Paulo: Atlas, 2007

[19] **PARDINHO, Arthur Henrique Costa et al.** Contabilidade Digital: O desafio da nova era. 2021. 27 f. Trabalho de conclusão de curso (Técnico em Contabilidade), Centro Paula Souza, Escola Técnica Professor, Massuyuki Kawano, São Paulo, 2021.

[20] **PASA, Eduardo César.** O uso de documentos eletrônicos na contabilidade. Revista Contabilidade & Finanças FIPECAFI – FEA – USP. São Paulo, Jan. 2001.

[21] **PEÇANHA, Vitor.** O que é Marketing Digital? 2019. Disponível em: <https://marketingdeconteudo.com/marketing-digital/#01>. Acesso em: 26 set. 2022.

[22] **REZ, Rafael.** Marketing de conteúdo: A moeda do século XXI. São Paulo, 2016.

[23] **SCHULTZ, Felix.** Contabilidade digital: como funciona e quais as vantagens desse modelo? Bom Controle, 2020.

[24] **SILVA, C. F. da; ALVES, A. P. A** percepção da importância da contabilidade para o desenvolvimento tecnológico: um estudo com docentes e discentes de Ciências Contábeis. 2001, São Paulo: USP, 2001

[25] **VASCONCELOS FILHO, P. (1985).** Planejamento estratégico para a retomada do desenvolvimento. Rio de Janeiro: LTC. Livros Técnicos – Científicos Atualizado em 2021.

Capítulo 5

Estratégias para aumentar a captação e fidelização de clientes no setor contábil na era da informação: um estudo de caso do escritório Global Contabilidade em Manaus-AM[1]

Erlen Barbosa Nogueira[2]
Raquel Aguiar de Moura Maciel[2]
Wanilce do Socorro Pimentel do Carmo[3]

Resumo: Este artigo tem como objetivo identificar e analisar as estratégias de marketing digital mais eficazes para aumentar a visibilidade e maximizar o engajamento de clientes no escritório Global Contabilidade, localizado em Manaus-AM. A pesquisa, realizada no ano de 2024, busca entender de que forma o marketing digital pode ser utilizado para potencializar a captação e o engajamento de clientes em serviços em que a área de atuação é altamente competitiva. A metodologia incluiu o uso da ferramenta de gestão denominada Análise SWOT (estabelecimento de Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças do objeto de estudo) e o método 5W2H para mapear sua posição estratégica no mercado e entender como suas capacidades internas podem ser alinhadas às oportunidades externas. Além disso, foi realizada uma revisão bibliográfica sobre marketing digital aplicado à contabilidade e uma pesquisa exploratória das práticas de engajamento nas redes sociais utilizadas por empresas do setor. Os resultados evidenciam que uma presença digital, com campanhas segmentadas e marketing de conteúdo relevante, é essencial para expandir a base de clientes e fortalecer a marca no setor contábil. A análise demonstrou que a implementação dessas estratégias digitais pode fornecer uma vantagem competitiva significativa, aumentando a captação de contatos e promovendo relacionamentos estratégicos eficientes com os clientes.

Palavras-chave: Marketing digital; Captação de clientes; Estratégias competitivas; Contabilidade digital.

---

[1] Artigo a ser apresentado como nota no final da prática em TCC II Curso de Ciências Contábeis no Centro Universitário Fametro

[2] Graduandos do Curso de Ciências Contábeis no Centro Universitário Fametro.
[3] Docente e orientadora do curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário Fametro.

1. INTRODUÇÃO

A contabilidade, ao longo dos anos, passou por profundas transformações impulsionadas pela evolução tecnológica. O avanço das ferramentas digitais vem mudando o cenário da contabilidade tradicional, exigindo que os escritórios adotem novas estratégias para se manterem competitivos. Nesse contexto, o marketing digital surge como uma ferramenta essencial para a promoção de serviços contábeis, permitindo que as empresas alcancem um público mais amplo e potencializem sua captação e retenção de clientes. Assim, o marketing digital contábil torna-se cada vez mais relevante para escritórios que buscam fortalecer sua presença no mercado e melhorar o relacionamento com seus clientes.

Este trabalho tem como objetivo geral é analisar como o marketing digital pode ser utilizado de forma eficaz para maximizar o engajamento e a captação de clientes na área da contabilidade, tendo como foco o escritório Global Contabilidade, situado em Manaus. Quanto aos objetivos específicos, pretendia-se (i) Avaliar como a contabilidade digital está transformando a profissão por meio da tecnologia, integração de sistemas e impacto na tomada de decisões estratégicas; (ii) Investigar os fatores que influenciam a competitividade no mercado contábil, com ênfase em inovação tecnológica, especialização profissional e qualidade na satisfação ao cliente; (iii) Examinar a relevância do marketing digital no setor contábil, destacando como ele contribui para a captação de clientes, fortalecimento da marca e diferenciação no mercado. Para isso, buscou-se apoiar na pesquisa exploratória uma análise SWOT para identificar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da empresa, oferecendo uma visão clara de sua posição competitiva e das oportunidades de crescimento por meio de estratégias digitais. A partir da pergunta de pesquisa: *De que forma o marketing digital pode ser aplicado para potencializar a captação e o engajamento de clientes em um escritório de contabilidade?* pretende-se compreender o impacto dessas ferramentas no fortalecimento da presença digital da empresa.

A justificativa para a realização desta pesquisa está fundamentada na crescente competitividade do mercado contábil, onde escritórios que adotam práticas inovadoras, como o marketing digital, têm maiores chances de sucesso. A globalização e o avanço das tecnologias obrigam os escritórios a irem além das práticas tradicionais de captação de clientes, apostando em uma comunicação mais direta e eficaz por meio de plataformas digitais. Além disso, a relevância deste estudo reside no fato de que, apesar da importância crescente do marketing digital, muitos escritórios de contabilidade ainda não exploram plenamente seu potencial, o que pode representar uma grande oportunidade para o crescimento sustentável dessas empresas.

Para uma compreensão aprofundada do tema, este artigo está organizado da seguinte forma: no primeiro tópico, "A Contabilidade Digital e sua Transformação", aborda-se a evolução da contabilidade, desde sua origem até os dias atuais, com foco na transição para o ambiente digital. O tópico dois, "Competitividade no Mercado Contábil", discute a competitividade do setor e as inovações tecnológicas que estão impactando a atuação dos escritórios. No terceiro tópico, "Marketing Digital", são apresentadas as principais estratégias de marketing digital, destacando sua relevância no mercado contábil. Ao final, é discutida a metodologia aplicada, com a descrição do processo de análise SWOT e das ferramentas utilizadas para entender o cenário competitivo do escritório Global Contabilidade.

Dessa forma, este trabalho pretende não apenas explorar a relação entre marketing digital e contabilidade, mas também oferecer contribuições práticas sobre como escritórios contábeis podem se posicionar de forma mais competitiva, utilizando estratégias digitais para atrair e engajar clientes em um mercado em constante transformação.

2. A CONTABILIDADE DIGITAL E SUA TRANSFORMAÇÃO

A contabilidade tem passado por uma profunda transformação nas últimas décadas, influenciada principalmente pela evolução tecnológica. O surgimento de softwares especializados e a automação de processos anteriormente manuais, como o registro e processamento de dados financeiros, levou ao conceito de contabilidade digital. Segundo Iudícibus (2020), a contabilidade digital reflete a adaptação da ciência contábil às novas tecnologias, que permitem maior rapidez, segurança e precisão na elaboração e análise de informações financeiras.

A contabilidade digital não se restringe apenas à informatização dos processos tradicionais, como também a reformulação de toda a estrutura de entrega de serviços. Conforme destacam Sousa e Silva (2020), a adoção de ferramentas digitais facilita o relacionamento entre contadores e clientes, permite o acesso remoto a documentos e relatórios, além de proporcionar maior transparência e controle das informações contábeis. Nesse contexto, o papel do contador evolui de um simples executor de tarefas administrativas para um consultor estratégico, o qual utiliza dados em tempo real para orientar decisões gerenciais.

O desafio para escritórios de contabilidade, como a Global Contabilidade, está em integrar essas ferramentas de maneira eficaz, aproveitando as inovações tecnológicas para atrair e reter clientes, sobretudo em um mercado regional e competitivo como de Manaus. A digitalização não apenas otimiza operações, mas abre novas oportunidades de comunicação e interação com os clientes, como por meio de plataformas de atendimento online e redes sociais.

2.1. A IMPORTÂNCIA DA CONTABILIDADE DIGITAL

A contabilidade digital é uma área em que o uso da tecnologia é essencial para otimizar os processos contábeis, gerou diversas alterações na rotina de trabalho dos profissionais de contabilidade que precisam estar sempre informados dos assuntos referentes à legislação vigente para que seus serviços sejam realizados com produtividade e eficiência.

De acordo com Marinho (2019) a característica da contabilidade digital é o uso de tecnologia para otimizar processos e facilitar a comunicação tendo como vantagem a melhoria no controle financeiro da empresa cujos arquivos e documentos são enviados de forma otimizada fazendo com que o profissional tenha acesso às informações constantes e o empreendedor acompanhe em tempo real.

Carmo (2023, p. 58) destaca a importância da contabilidade digital, como uma ferramenta de comunicação estratégica para aumento de produtividade e redução de erros:

> *A contabilidade digital tem uma grande aplicabilidade na organização, visto que permite que a empresa tenha maior eficiência*

> *e agilidade na gestão financeira. Com a utilização de ferramentas digitais, é possível automatizar tarefas repetitivas, reduzindo erros e tempo gasto em atividades manuais. Além disso, a contabilidade digital possibilita o acesso em tempo real aos dados financeiros da empresa, permitindo uma tomada de decisão mais ágil e precisa. Isso também facilita a comunicação com os clientes e fornecedores, já que as informações podem ser compartilhadas de forma rápida e segura.*

Segundo Corrêa (2024), os benefícios da contabilidade digital têm como característica a facilidade do acesso às informações em tempo hábil para auxiliar na tomada de decisões. O autor cita alguns benefícios importantes às empresas contábeis como a entrega de informações precisas em tempo real e reconhecimento dos clientes pela prestação de serviços com qualidade.

2.1.1. A INFLUÊNCIA DA TECNOLOGIA NOS PROCESSOS CONTÁBEIS

A constante evolução tecnológica, fez com que os escritórios de contabilidade buscassem se adaptar através das ferramentas disponíveis para otimização de seus serviços e se manterem no mercado. Segundo Moratto (2023) "a contabilidade digital é um conjunto de tecnologias e práticas que permitem a automoção e digitalização dos processos contábeis."

A contabilidade digital oferece às empresas uma maneira mais eficiente e acessível de gerenciar suas finanças, aproveitando as vantagens da tecnologia para simplificar e aprimorar os processos contábeis por meio do uso de software e sistemas automatizados para registrar, analisar e relatar transações financeiras e informações contábeis de uma empresa.

Ela utiliza tecnologias para agilizar o otimizar os processos contábeis, alguns dos principais elementos da contabilidade digital incluem: automatização de processos, acesso remoto e colaboração, integração com outras ferramentas e segurança de dados.

Segundo Vidal (2020, p. 29):

> *A contabilidade digital, é uma nova tecnologia que contribui na rotina dos escritórios de contabilidade, trazendo várias vantagens com sistemas integrados, ajudando na produtividade dos colaboradores, eficiência nas informações fornecidas, valor agregado ao produto, e como elemento pricipal, diferencial competitivo, trazendo ao cliente informações ágeis em tempo real, de forma precisa, sendo um grande diferencial nos dias atuais.*

Conforme a citação acima, o contador que aderir às práticas do escritório de contabilidade por meio da inovação tecnológica estará muito mais capacitado para desenvolver seu trabalho, pois, os sistemas auxiliam o contador em suas atividades com muito mais eficiência. Entre as vantagens que houve com o auxílio da contabilidade digital está a melhora na proditividade dos colaboradores, trazendo mauito mais eficiência nas informações fornecidas a eles em tempo hábil. Além de agregar valores em seus serviços e com um diferencial competitivo em relação aos seus concorrentes.

2.2. COMPETITIVIDADE NO MERCADO CONTÁBIL

No contexto econômico contemporâneo, a competitividade tornou-se uma preocupação central para todas as empresas, inclusive as do setor contábil. De acordo com Porter (1998), a competitividade empresarial depende de fatores internos e externos, como a eficiência dos processos, a capacidade de inovação, a adaptação às mudanças do mercado e a qualidade no atendimento ao cliente. Para escritórios de contabilidade, a capacidade de se diferenciar em termos de serviços oferecidos e de como esses serviços são comunicados ao público é crucial para se manter à frente dos concorrentes.

A competitividade no setor contábil está associada a uma série de fatores, incluindo a especialização em nichos específicos (como contabilidade para pequenas empresas ou startups), a eficiência operacional e, cada vez mais, a presença digital (PIMENTA e MARTINS, 2019). Escritórios que não adotam práticas inovadoras, como marketing digital ou atendimento online, correm o risco de perder terreno para concorrentes que estão mais bem adaptados à nova realidade de negócios.

Além disso, estudos sobre o comportamento dos consumidores no setor de serviços contábeis, como o realizado por Lemos (2018), mostram que a satisfação dos clientes está diretamente ligada à facilidade de comunicação com o escritório e à agilidade na prestação de serviços.

Isso reforça a importância de uma estratégia digital bem estruturada, que permita uma interação contínua e eficiente com os clientes, elemento essencial para a competitividade de escritórios como o Global Contabilidade.

2.2.1. CONTEXTO ATUAL DO MERCADO CONTÁBIL

A contabilidade evoluiu com os avanços tecnológicos para um formato virtual. A qualidade dos serviços e a redução de custos têm incentivado no desenvolvimento de novas ferramentas tecnológicas, viabilizadas pela tecnologia da informação.

As novas tecnologias impulsionam uma transformação significativa na contabilidade, levando ao desenvolvimento do que chamamos de contabilidade digital. Esse modelo pode ser caracterizado como disruptivo, visto que rompe com as práticas tradicionais, introduzindo novas formas de execução dos serviços contábeis.

De acordo com Schiavi (2018),

> *Modelos de negócios disruptivos representam a junção de modelos de negócios, rupturas tecnológicas e inovação. Os modelos de negócios disruptivos criam oportunidades e desafios às organizações, representam ameaças diretas para a manutenção de modelos tradicionais, buscam novas formas de agregar valor ao consumidor e oferecem produtos com maior simplicidade, acessibilidade e menor custo.*

Segundo a citação acima, as inovações e tecnologias estão ameaçando os modelos tradicionais, uma vez que a contabilidade digital oferece serviços mais simples, não apenas otimiza operações, mas também possui uma abordagem inovadora, a qual redefine o papel dos profissionais na área. Os procedimentos contábeis estão em constante evolução e informatização, exigindo agilidade dos profissionais para

acompanhar essas mudanças. O desenvolvimento de novas tecnologias e a competitividade no mercado estão moldando o perfil do contador, que deve estar alinhado com os avanços do mercado contábil.

A tecnologia trouxe muitos benefícios para a contabilidade, tornando as rotinas mais práticas e eficientes. Segundo Carvalho e Gomes (2018), a implementação digital facilita tarefas como a geração automática de folha de pagamento, criação de relatórios contábeis, controle de estoques e gestão de contas a pagar e receber, além de outras atividades.

Nos últimos anos, a contabilidade online tem crescido no Brasil, especialmente para micro e pequenas empresas. Isso se deve à simplicidade das operações e à participação ativa dos clientes na implantação de informações no sistema, o que diminui o trabalho do contador e reduz o custo dos serviços. (FRANÇA, 2018, p. 20).

2.2.2. INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS

As inovações tecnológicas têm sido um dos principais motores da transformação no setor contábil. Lemos (2018) analisa como as inovações tecnológicas afetam diretamente a satisfação dos consumidores de serviços contábeis, permitindo maior transparência e agilidade. Ferramentas como ERP (Enterprise Resource Planning), softwares de gestão e automação contábil têm se tornado essenciais para os escritórios que desejam se manter competitivos, e oferecer um serviço mais eficaz e ágil.

Com o surgimento de plataformas digitais para a oferta de serviços contábeis há uma eficácia na informatização. Uma das principais inovações nesse contexto é a computação em nuvem, que permite o armazenamento de dados e informações em um ambiente seguro e acessível.

Segundo Pigatti (2018),

> *A contabilidade virtual envolve o uso de uma plataforma online automatizada por um contador para atender às demandas dos clientes. Isso significa que os serviços contábeis são prestados por meio de ferramentas digitais, estabelecendo a relação entre o contador e o empresário.*

Essa tecnologia permite que contadores e empresas trabalhem de forma colaborativa e em tempo real, facilitando a gestão e o acesso rápido a documentos e relatórios. Além disso, a computação em nuvem oferece maior flexibilidade e segurança, aprimorando significativamente a qualidade dos serviços contábeis.

Entre as várias plataformas digitais de contabilidade empregadas por escritórios para a oferta de serviços online, destacam-se opções que proporcionam comodidade aos seus usuários, como o e-Contador da Alterdata e o ContaAzul.

O e-Contador é um aplicativo que oferece praticidade, permitindo que a empresa contábil esteja disponível 24 horas para otimizar tempo e reduzir custos, além de estreitar o relacionamento com os clientes. O app permite envio online de guias, relatórios e recibos, integrações completas entre empresa e clientes, movimentações via web e acesso a soluções a qualquer hora (ALTERDATA, 2024).

O portal da ContaAzul oferece tecnologia contábil em nuvem gratuita, com uma

plataforma integrada que permite fechamento de folha e integrações automáticas com as áreas fiscal e contábil. Os usuários têm acesso a rotinas de folha na nuvem, controle de honorários, emissão de Nota Fiscal de Serviço eletrônica (NFS-e) e boletos com baixa automática, conciliação bancária, e geração do Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS).

Com isso, oferece ferramentas para gestão contábil, como balancete, Demonstração do Resultado do Exercício (DRE), livro razão e controle de imobilizado (CONTA AZUL, 2019). Portanto a automatização de tarefas rotineiras otimiza o tempo dos profissionais e melhora a experiência do cliente, que pode acessar dados e relatórios de forma prática, proporcionando um ambiente seguro para o armazenamento de informações financeiras, refletindo as exigências de um mercado cada vez mais digital, onde eficiência e acessibilidade são essenciais.

2.3. MARKETING

A definição de Marketing vem sendo desenvolvida ao decorrer dos anos e consiste nas estratégias em que as organizações empregam como instrumento, para um bom relacionamento com seus clientes, através de prestação de serviço com qualidade e responsabilidade:

> *Marketing é a atividade conduzida por organizações e indivíduos que operam; através de um conjunto de instituições e processos para a criação, comunicação, entrega e troca de ofertas do mercado que apresentam valor para consumidores, clientes, profissionais de Marketing e sociedade como um todo. (SHETH; USLAY, 2007, p.306).*

Os autores descrevem o marketing como uma série de práticas que as empresas e indivíduos empregam para identificar as necessidades dos seus consumidores. O marketing digital é uma estratégia empresarial que auxilia o profissional contábil a atingir os objetivos de seus planos, reconhecendo quais as melhores decisões a serem tomadas, para alcançar as metas propostas pela organização. Com o intuito de fortalecer sua marca nas plataformas digitais, através de serviços diferenciados e com o propósito de compreender as necessidades de seus clientes.

Conforme Camarotto, (2009, p.12),

> *As estratégias de marketing buscam, essencialmente, alavancar as forças da organização e aproveitar as oportunidades existentes no mercado. Traçar estratégias de marketing pode ajudar desde um pequeno restaurante até grandes empresas multinacionais a alcançar seus objetivos. [...]*

De acordo com a citação acima, o marketing digital é uma ferramenta com a qual a empresa deve traçar estratégias a serem cumpridas para auxiliar no desenvolvimento de seu negócio e buscando o estreitamento do relacionamento com seus clientes.

Para que o profissional alcance o sucesso em seus negócios é necessário que ele desenvolva uma marca pessoal forte. Através de uma imagem positiva, priorizando seus propósitos e valores. Além disso, é fundamental oferecer serviços de qualidade com um

diferencial, com a finalidade de atender seus clientes de modo que atinja a satisfação de seus consumidores. Através das ofertas e serviços possibilitando posicionamento à frente da maioria dos concorrentes. Priorizando a ética com seus colegas de profissão e com os clientes. O Código de Ética Profissional do Contador evidencia em seu Art. 3º que no desempenho de suas funções é vedado ao contador:

> *Anunciar, em qualquer modalidade ou veículo de comunicação, conteúdo que resulte na diminuição do colega, da Organização Contábil ou da classe, em detrimento aos demais, sendo sempre admitida a indicação de títulos, especializações, serviços oferecidos, trabalhos realizados e relação de clientes. (CRCPR, 2011, p. 9).*

Se o profissional utilizar o marketing de maneira incorreta, infringe os princípios de sua profissão e contraria seu código de conduta. Por isso, o contador deve utilizar o marketing digital com ética e profissionalismo para promover melhorias em seus serviços e à sociedade.

Segundo American Marketing Association (2013) o Marketing é como o conjunto de métodos que compreende a criação, comunicação, a entrega e a troca de ofertas que possua valor para os clientes, parceiros e sociedade em geral.

Segundo Barros (2018, p. 1), "[...] é o conjunto de atividades que uma empresa (ou pessoa) executa online com o objetivo de atrair novos negócios, criar relacionamentos e desenvolver uma identidade de marca". O autor descreve como uma atividade exercida pela empresa com a intenção de atrair novas oportunidades nos negócios, através das aplicações estratégicas e comunicacionais que ofertam serviços de qualidade, além de proporcionar mais transparência e segurança na marca da empresa.

2.3.1. MARKETING DIGITAL E SUA RELEVÂNCIA NO SETOR CONTÁBIL

O marketing digital, por sua vez, é uma área de crescente importância para as empresas que buscam melhorar sua visibilidade, atrair novos clientes e fidelizar os já existentes. Segundo Kotler et al. (2017), o marketing digital consiste no uso de canais digitais, como sites, redes sociais e publicidade paga, para promover produtos e serviços de maneira direcionada, alcançando o público certo no momento certo. No setor contábil, o marketing digital ainda é subutilizado por muitos escritórios, embora sua aplicação seja cada vez mais necessária. Chiavenato (2018) argumenta que empresas de serviços, como os escritórios de contabilidade, podem se beneficiar significativamente ao adotar estratégias digitais que lhes permitam construir relacionamentos contínuos com os clientes e se posicionar como autoridades em suas áreas de atuação.

Isso pode ser feito por meio de conteúdos informativos, como blogs, artigos ou postagens em redes sociais, que ajudem os clientes a entenderem melhor os serviços contábeis e a importância de uma boa gestão financeira.

A publicidade digital, como campanhas pagas no Google Ads ou Facebook Ads, que são plataformas de publicidade digital que permitem aos anunciantes promover seus serviços para um público específico, são métodos eficientes para aumentar a visibilidade da empresa. Estudos mostram que o uso dessas ferramentas pode aumentar a geração de leads em até 50% em comparação com métodos tradicionais de captação de clientes (KOTLER et al., 2017). Além disso, a otimização para mecanismos de busca

(SEO) permite que o site de um escritório de contabilidade apareça entre os primeiros resultados de buscas relevantes, como "serviços contábeis em Manaus", aumentando as chances de ser encontrado por potenciais clientes.

No entanto, o sucesso de uma estratégia de marketing digital no setor contábil não depende apenas da adoção de ferramentas, mas de uma abordagem coerente e alinhada com o perfil dos clientes da empresa. De acordo com Santos et al. (2019), é essencial que as ações de marketing digital estejam integradas a uma estratégia maior de marca, comunicação e atendimento ao cliente, de forma a transmitir confiança, credibilidade e profissionalismo.

2.3.2. CAPTAÇÃO DE CLIENTES POR MEIO DAS REDES SOCIAIS

As redes sociais desempenham um papel fundamental na captação de clientes para escritórios contábeis, com o crescimento do marketing digital, possui a oportunidade de se conectar com clientes de maneira mais eficaz, utilizando estratégias direcionadas e conteúdos relevantes.

A movimentação das redes sociais permite que os escritórios contábeis aumentem sua visibilidade, com publicações regulares sobre temas contábeis, dicas fiscais e novidades do setor podem atrair a atenção de empresários e pessoas físicas que buscam informações confiáveis. O compartilhamento de cases de sucesso e depoimentos de clientes pode fortalecer a credibilidade do escritório e criar uma imagem positiva. Outro aspecto importante é a segmentação de público-alvo para receber os conteúdos divulgados, facilitando a captação de clientes que realmente necessitam dos serviços contábeis. Isso aumenta a eficiência das campanhas de marketing, resultando em um retorno sobre investimento mais significativo.

Através de interações diretas, comentários e mensagens, o escritório pode esclarecer dúvidas, fornecendo suporte e estabelecendo um relacionamento mais próximo e humanizado com sua clientela. Esse engajamento não só fideliza os clientes atuais, como também pode gerar recomendações e referências, ampliando a rede de contatos.

Dias (2003, p. 421), afirma que:

> *A internet é essencial ao marketing direto e a pré-venda, viabilizando o relacionamento intenso e em tempo real das empresas com os seus clientes atuais e potenciais, pessoas físicas ou jurídicas, além de ser um canal de vendas de alta*
>
> *conveniência. O uso da internet como mídia e canal de vendas será impulsionado pela tecnologia [...] que possibilita capturar os dados do cliente atual ou potencial e/ou todos os seus contatos e transações.*

Por fim, a presença ativa nas redes sociais posiciona o escritório contábil como uma referência no assunto, atraindo novos clientes que buscam profissionais qualificados. A combinação de conteúdo educativo, marketing direcionado e interação contínua pode transformar as redes sociais em uma ferramenta poderosa para a captação e retenção de clientes no setor contábil. Em um mercado cada vez mais competitivo, investir nessa estratégia é essencial para o crescimento e sucesso do escritório contábil.

3. METODOLOGIA

A Global Contabilidade foi fundada em 2015 por Mykaelle Aguiar Maciel, logo após sua aprovação no Conselho Regional de Contabilidade. A empresa surgiu com o objetivo de oferecer serviços de contabilidade com alta qualidade para os interiores e capital do Amazonas. Inicialmente, a Contadora Mykaelle estabeleceu uma parceria com Publio Miguel, mas essa colaboração foi encerrada em 2017. Desde então, ela administra e opera a empresa com aproximadamente 5 clientes fixos, consolidando-se como uma profissional autônoma no ramo contábil.

Organizada em funções principais, a Global Contabilidade opera com o objetivo do atendimento ao cliente, prestando serviços contabilidade e finanças, sob a liderança direta de sua fundadora. Mykaelle Maciel, como única proprietária, é responsável por toda a operação, garantindo que a empresa mantenha altos padrões de serviço e uma relação próxima com seus clientes. Os serviços oferecidos pela Global Contabilidade abrangem uma ampla gama de necessidades contábeis, incluindo contabilidade gerencial e suporte específico para pequenos empreendedores. Seu público-alvo é composto principalmente por pequenos e médios empresários em busca de serviços contábeis confiáveis e acessíveis e a empresa se destaca por seu compromisso com a personalização e a qualidade do atendimento.

Desde sua fundação, a Global Contabilidade tem demonstrado vontade e foco no crescimento de clientes, fidelizando os que compõe a sua carteira de clientes. Embora dados financeiros específicos não sejam divulgados, os indicadores de desempenho, refletem o sucesso da empresa em construir relacionamentos sólidos.

A Global Contabilidade enfrenta desafios, como a concorrência crescente no setor contábil e a necessidade de adaptação constante às inovações tecnológicas. Apesar disso, a empresa vislumbra oportunidades de crescimento na captação de novos clientes e na diversificação de seus serviços, posicionando- se favoravelmente em um mercado em evolução.

O presente estudo foi desenvolvido com base em um método estruturado em etapas principais: pesquisa mista, pesquisa exploratória, análise SWOT e aplicação do método 5W2H, por fim foi realizado um questionário com perguntas objetivas á 8 escritórios contábeis, para compreender o seu processo de desenvolvimento.

A pesquisa mista combina simultaneamente as abordagens qualitativa e quantitativa (Fonseca, 2002; Gerhardt e Silveira, 2009), ela envolveu fontes impressas e digitais, como livros, artigos acadêmicos, teses e dissertações, utilizando plataformas como Google Acadêmico, Biblioteca Digital de Teses e Dissertações, SciELO e o Portal de Periódicos da CAPES. As palavras-chave utilizadas incluíram "marketing digital contábil", "captação de clientes" e "fidelização no setor contábil".

Em seguida, foi realizada uma análise SWOT (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças), especificamente no escritório Global Contabilidade, localizado em Manaus-AM. A análise SWOT permitiu identificar os principais pontos fortes e fracos da empresa, bem como as oportunidades e ameaças no mercado contábil local. Essa ferramenta estratégica foi fundamental para entender o posicionamento atual da empresa no mercado e direcionar as estratégias de marketing digital mais eficazes.

Após a análise SWOT, foi aplicado o método 5W2H, uma ferramenta de planejamento estratégico que auxilia na definição de ações práticas para solucionar problemas e atingir objetivos. O 5W2H foi utilizado para delinear as ações específicas que

o escritório deve adotar para melhorar sua presença digital e aumentar a captação de clientes. As perguntas que orientaram o método foram: What (o que será feito?), Why (por que será feito?), Where (onde será feito?), When (quando será feito?), Who (quem será responsável?), How (como será feito?) e How much (quanto custará?). Esse método foi essencial para traçar um plano de ação claro e objetivo para o fortalecimento da presença digital do escritório.

A pesquisa contou ainda com uma análise exploratória das redes sociais de empresas concorrentes no setor contábil, com foco na identificação das principais estratégias de engajamento digital utilizadas. Foi observada a adoção de campanhas publicitárias pagas, produção de conteúdos educativos e interações diretas com clientes, práticas que poderiam ser implementadas pela Global Contabilidade para aumentar sua competitividade no mercado.

Por fim, a definição do critério demográfico foi baseada na localização geográfica da empresa, com foco no mercado de Manaus-AM, permitindo uma análise contextualizada e comparativa entre as práticas das empresas da mesma região.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nesta seção, são apresentados os resultados alcançados durante a pesquisa, organizados de acordo com as etapas metodológicas descritas anteriormente. Cada resultado foi analisado com base nos objetivos específicos definidos para o estudo, seguido de uma discussão fundamentada na literatura revisada.

4.1. PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

A pesquisa bibliográfica possibilitou a construção de uma base teórica sólida sobre as principais estratégias de marketing digital aplicadas ao setor contábil. Diversas técnicas, como a criação de conteúdo relevante, otimização para mecanismos de busca (SEO), uso de publicidade paga (Google Ads, Facebook Ads) e redes sociais foram amplamente discutidas e mostraram-se eficazes para aumentar a visibilidade e o engajamento de clientes (KOTLER et al., 2017). Além disso, autores como Sousa e Silva (2020) destacam a crescente importância da digitalização no setor contábil, visto que ela contribui significativamente para a competitividade das empresas. O estudo também demonstrou a relevância de estratégias de marketing de conteúdo para construir uma relação de confiança com os clientes, um fator crucial para escritórios de contabilidade que buscam expandir sua base de clientes.

4.2. ANÁLISE SWOT

A análise SWOT realizada no escritório Global Contabilidade evidenciou os seguintes aspectos:

Forças: O escritório possui uma gerência com alta qualificação técnica e excelente qualidade nos serviços contábeis, o que confere um diferencial competitivo importante em termos de expertise.

Fraquezas: A presença digital da empresa é limitada, com baixo engajamento nas redes sociais e ausência de campanhas publicitárias pagas ou estratégias de SEO, o que restringe sua visibilidade.

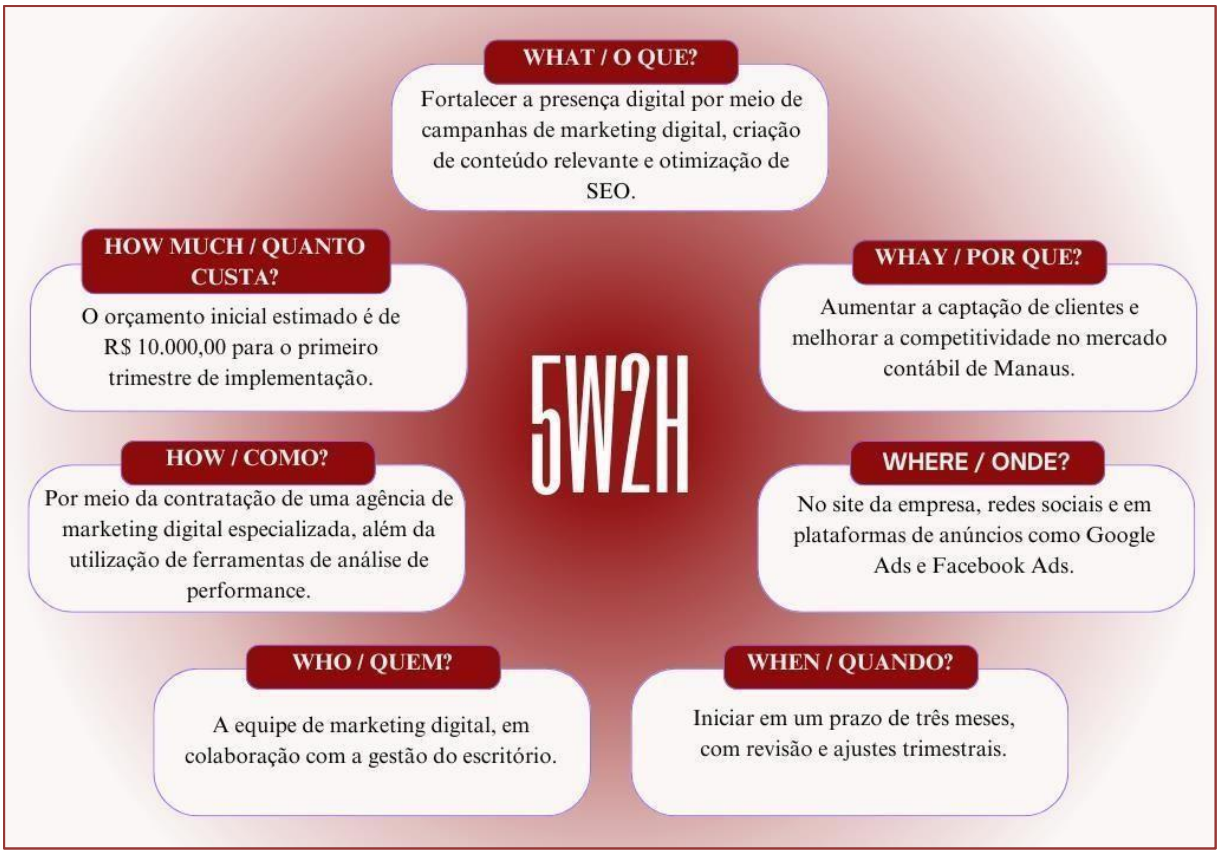
Oportunidades: O mercado contábil de Manaus apresenta uma demanda crescente por serviços digitais, o que representa uma oportunidade para a Global Contabilidade se posicionar como uma referência em contabilidade digital.

Ameaças: A concorrência local já começou a adotar práticas digitais avançadas, o que pode atrair clientes que priorizam inovação e acessibilidade.

Essa análise mostrou que a empresa possui uma base sólida para crescer, mas necessita investir de forma urgente na modernização de suas estratégias digitais para captar e fidelizar novos clientes.

4.3. MÉTODO 5W2H

Com base na análise SWOT, o método 5W2H foi aplicado para definir ações concretas que a Global Contabilidade deve implementar:



Fonte: Taiichi Ono e Eiji Toyoda

O uso do 5W2H ajudou a estruturar um plano de ação claro, após o plano a empresa implementará conforme as estratégias de marketing digital, proporcionando maior controle sobre os resultados.

4.4. PESQUISA EXPLORATÓRIA NAS REDES SOCIAIS

A pesquisa exploratória das redes sociais de empresas contábeis concorrentes revelou que o engajamento digital é uma prática comum e eficaz. Muitas empresas utilizam Instagram, Facebook e LinkedIn para compartilhar conteúdos informativos e educativos, além de realizar campanhas publicitárias pagas para segmentar públicos específicos. A adoção dessas estratégias pela Global Contabilidade pode aumentar significativamente seu alcance e visibilidade, conforme sugerido por Chiavenato (2018).

Além disso, empresas concorrentes têm explorado vídeos explicativos e lives como forma de interagir diretamente com o público e educar os clientes sobre contabilidade digital e gestão financeira. A implementação dessas práticas pela Global Contabilidade pode potencializar seu relacionamento com clientes, melhorar sua competitividade e fortalecer sua marca.

4.5. DEFINIÇÃO E ANÁLISE DEMOGRÁFICA

A análise demográfica revelou que o mercado contábil em Manaus é altamente competitivo, com empresas de pequeno e médio porte disputando os mesmos clientes. Entretanto, muitas dessas empresas ainda não adotam estratégias digitais robustas, o que representa uma oportunidade para a Global Contabilidade se diferenciar no mercado. Segundo Porter (1998), a inovação e a diferenciação são essenciais para que empresas se destaquem em mercados competitivos e a ausência de uma forte presença digital por parte dos concorrentes reforça a necessidade de a Global Contabilidade investir em SEO, campanhas pagas e engajamento contínuo nas redes sociais

4.6. ANÁLISE DE RESULTADOS

A análise de resultados é uma etapa essencial em qualquer estudo, visto que permite interpretar e avaliar os dados coletados de forma crítica. Iniciamos a coleta de dados com o questionário de 12 perguntas objetivas divididas em quatro etapas e tivemos a participação de 8 escritórios contábeis localizados na cidade de Manaus.

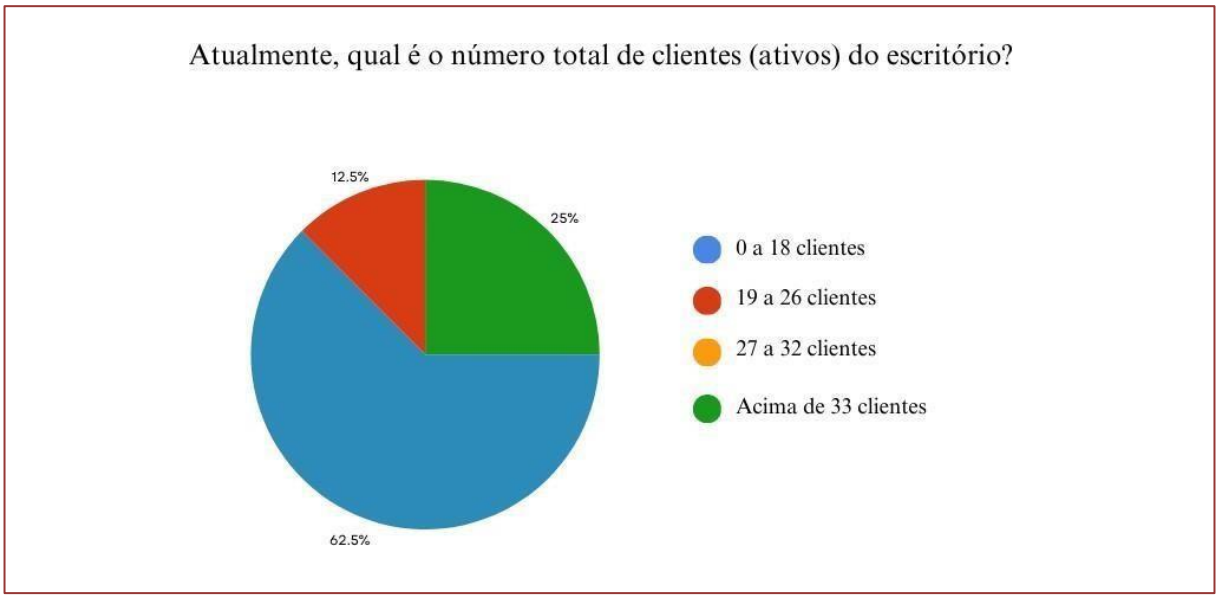
Com base na pesquisa bibliográfica, foi questionado há quanto tempo o escritório foi fundado e analisado que os escritórios de contabilidade houveram 12,5 % com menos de dois anos, 25% entre 2 e 4 anos, 37, 5% entre 5 e 8 anos e 25% acima de 8 anos.

Gráfico 1

Fonte: Google Forms produzidos pelas acadêmicas

A maioria dos escritórios, representando 62,5% dos respondentes, possui entre 0 e 18 clientes ativos. Outros 25% têm acima de 33 clientes, enquanto 12,5% dos escritórios contam com uma base de clientes entre 19 e 26. Não há registros de escritórios com 27 a 32 clientes.

Gráfico 2

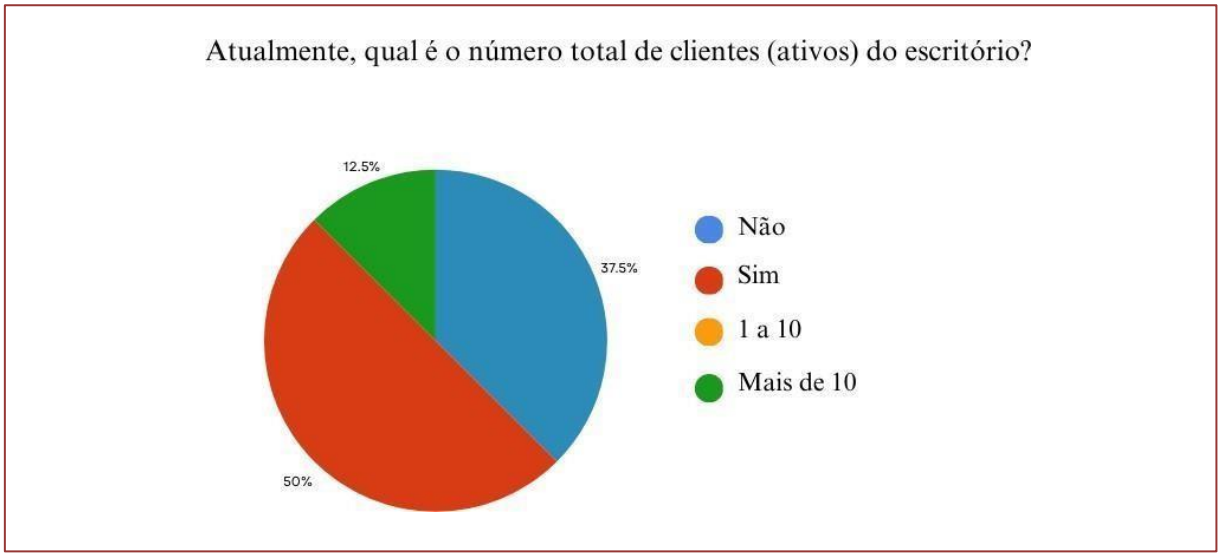


Fonte: Google Forms produzidos pelas acadêmicas

O gráfico mostra que 50% dos respondentes observaram crescimento de novos clientes ou serviços através de divulgações em redes sociais. Outros 37,5% afirmaram que não houve aumento, enquanto 12,5% relataram um crescimento superior a 10 novos

clientes ou serviços.

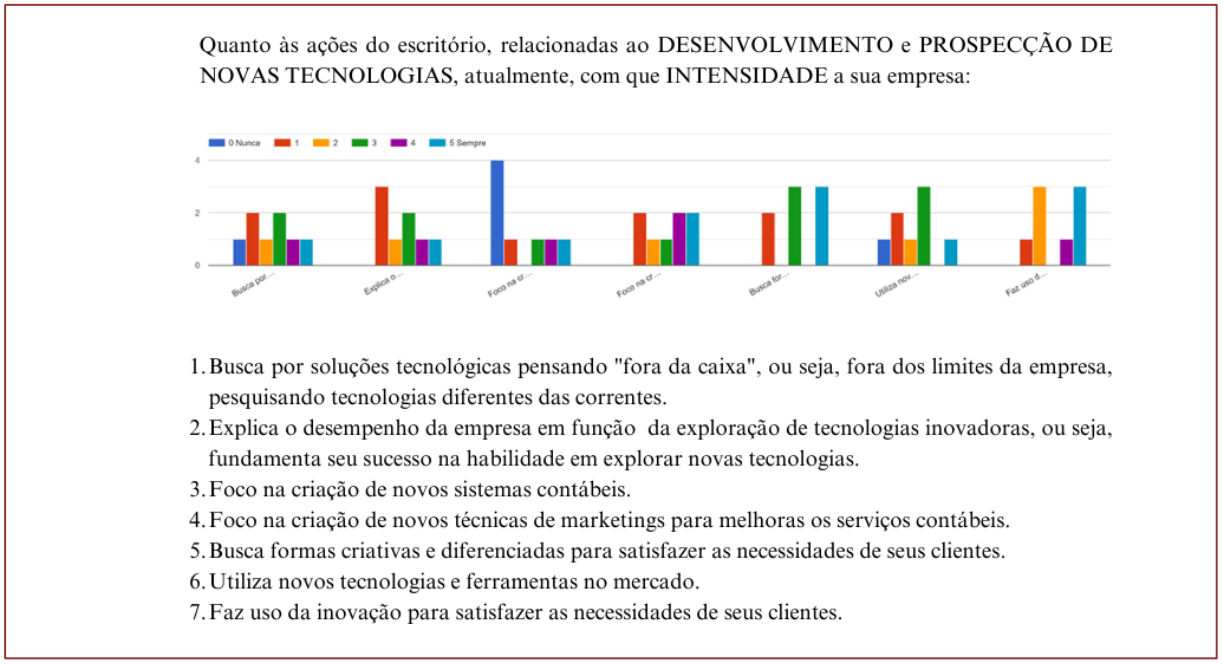
Gráfico 3



Fonte: Google Forms produzidos pelas acadêmicas

O gráfico mostra as ações relacionadas aos desenvolvimentos que as empresas vêm operando diariamente em sua gestão, mostrando que estão sempre em busca de inovações e melhorias para os seus escritórios.

Gráfico 4



Fonte: Google Forms produzidos pelas acadêmicas

De acordo com o gráfico abaixo, identificamos que as empresas que participaram do questionário acreditam o marketing digital é a melhor opção a captação de clientes

Gráfico 5

Fonte: Google Forms produzidos pelas acadêmicas

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo identificar e analisar as estratégias de marketing digital mais eficazes para aumentar a captação e engajamento de clientes no escritório Global Contabilidade, localizado em Manaus-AM. A partir da pesquisa bibliográfica e da aplicação das ferramentas de análise SWOT e do método 5W2H, foi possível compreender a importância do marketing digital no setor contábil e propor um plano estratégico para a empresa.

Os resultados evidenciaram que a presença digital limitada e a ausência de campanhas pagas são fraquezas que comprometem a competitividade da Global Contabilidade em um mercado cada vez mais digitalizado. No entanto, as oportunidades identificadas, como a crescente demanda por serviços digitais no setor, mostram que a empresa tem potencial para se destacar e se tornar uma referência na área, desde que invista em estratégias de marketing digital bem estruturadas, como SEO, campanhas pagas e a criação de conteúdo relevante.

A análise SWOT, combinada com a aplicação do método 5W2H, proporcionou um direcionamento claro para a implementação de ações práticas que visam fortalecer a presença digital da empresa e atrair novos clientes. O estudo também mostrou que a adoção de práticas digitais por empresas concorrentes é uma tendência crescente, reforçando a necessidade de atualização por parte da Global Contabilidade.

Portanto, considera-se que, para garantir sua competitividade e crescimento no mercado contábil de Manaus, a Global Contabilidade deve adotar uma estratégia de

marketing digital robusta, aproveitando as oportunidades oferecidas pelas ferramentas e práticas digitais. Assim, será possível não apenas captar novos clientes, mas também manter a sua fidelização, assegurando um diferencial competitivo em um setor altamente dinâmico o qual, por mais que tenha traços de tradicionalidade, tem se mostrado cada vez mais inovador.

REFERÊNCIAS

[1] ALTERDATA SOFTWARE. *eContador - Alterdata Software.* Disponível em: https://www.alterdata.com.br. Acesso em 14 abr. 2024.

[2] AMERICAN MARKETING ASSOCIATION (AMA) *Definição de Marketing.* Disponível em: https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx. Acesso em 17 abr. 2024.

[3] BARROS, Rodrigo. *Plano de marketing contábil 2019: já é hora de começar!* 2018. Disponível em: http://www.dominiosistemas.com.br/blog/plano-de-marketing-contabil/. Acesso em: 15 abr. 2024.

[4] CAMARROTTO, Márcio Roberto*. Estratégia de marketing* / Márcio Roberto Camarotto. Curitiba, PR: IESDE,2009.

[5] CARMO, WANILCE DO SOCORRO PIMENTEL. *Contabilidade e Gestão Estratégica: Uma Visão Multidisciplinar– Volume 1/*Organização. Belo Horizonte, MG: Editora Poisson, 2023.

[6] CHIAVENATO, I. *Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações*. 4. ed. São Paulo: Elsevier, 2018.

[7] CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE**.** *Resolução CFC nº 803, de 10 de outubro de 1996.* Aprova o Código de Ética Profissional do Contabilista. Disponível em: www.normasbrasil.com.br. Acesso em: 15 abr. 2024.

[8] CONTA AZUL. *Conta Azul: como funciona o software?* Disponível em: https://blog.contaazul.com/software- conta-azul-como-funciona/. Acesso em 15 abr.2024.

[9] IUDÍCIBUS, S. de. *Teoria da contabilidade***.** 11. ed. São Paulo: Atlas, 2020. KOTLER, P. et al. *Marketing 4.0: do tradicional ao digital.* São Paulo: Atlas, 2017.

[10] LEMOS, C. A. *Comportamento do consumidor de serviços contábeis: uma análise de satisfação no mercado brasileiro*. Revista de Administração Contemporânea, v. 22, n. 3, p. 145-163, 2018.

[11] MARINHO, Alexandre. *Contabilidade Digital: o que é e quais são seus benefícios. Rede jornal contábil***,** 2019. Disponível em: https://www.jornalcontabil.com.br/contabilidade-digital-o-que-e-e-quais-sao-seus-beneficios/. Acesso em: 15 abr. 2024.

[12] MORRATO, Juliana. *O futuro da contabilidade: as novas tendências e tecnologias que irão impactar o cenário contábil em 2024.* Disponível em: www.contabeis.com.br. Acesso em 15 de abril de 2024.

[13] PIMENTA, F. A.; MARTINS, A. P. *Estratégias competitivas no setor de contabilidade: uma análise exploratória*. Revista de Gestão e Contabilidade, v. 8, n. 1, p. 32-50, 2019.

[14] PORTER, M. E. *Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência.* Rio de Janeiro: Campus, 1998.

[15] ROSA, José Antônio; MARION, José Carlos**.** *Marketing do escritório contábil.* São Paulo: IOB-THOMSON.2004.

[16] SANTOS, M. R. et al. *Estratégias digitais no setor de serviços: uma revisão da literatura.* Revista Brasileira de Marketing, v. 18, n. 2, p. 23-45, 2019.

[17] SEVERINO, A. J. *Metodologia do trabalho científico*. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

[18] SHETH, Jagdish N.; USLAY, Can**.** *Implications of the Revised Definition of Marketing: From Exchange to Value Creation*. Journal of Public Policy & Marketing, v. 26, n. 2, p. 302-307, 2007. DOI:10.1509/jppm.26.2.302.

[19] SOUSA, R. M.; SILVA, D. P. *Transformação digital no setor contábil: desafios e oportunidades*. Revista de Contabilidade e Finanças, v. 31, n. 4, p. 312-329, 2020.

[20] VIDAL, Emanuelle dos Reis. *O uso da tecnologia nos escritórios de contabilidade: um estudo de campo realizado durante a pandemia.* 2020. 58 f. Trabalho de Conclusão de Curso. Centro Universitário Unidade de Ensino Superior Dom Bosco, São Luís, 2020.

[21] WRIGHT, P. *Análise SWOT: identificando pontos fortes e fracos nas organizações.* 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2019.

Capítulo 6

Tecnologia como ferramenta de otimização do processo de escrituração contábil e da produtividade na empresa CF Contabilidade Manaus[1]

Aline Cruz de Souza[2]
Nathan dos Santos de Araújo[2]
Wanilce do Socorro Pimentel do Carmo[3]

Resumo: O artigo retrata a análise da implementação de um modelo tecnológico que visa melhor aproveitamento e eficácia da operação de escrituração contábil dentro de uma unidade de uma das maiores franquias de contabilidade no território brasileiro, o trabalho foi realizado por meio da pesquisa de campo, um levantamento das principais causas de atraso nos processos de escrituração contábil, utilizando a análise SWOT e a ferramenta da qualidade 5W2H. A partir dos dados levantados foram identificados lançamentos manuais repetitivos, sujeitos a erros humanos. Essas informações foram evidenciadas pelos colaboradores internos que solicitaram propostas de melhorias, com base nesse levantamento foram elaboradas soluções com aplicação de longo prazo, que pudesse solucionar o problema detectado, promovendo eficiência e eficácia nos procedimentos de escrituração contábil, garantindo um maior volume de entrega com o menor número de erros e atrasos, sendo assim, auxiliando o tomador e o prestador do serviço nas relações empresariais.

Palavra-Chave: Escrituração contábil, tecnologia, automação.

[1] Artigo a ser apresentado como nota no final da prática em TCC II Curso de Ciências Contábeis no Centro Universitário Fametro
[2] Graduandos do Curso de Ciências Contábeis no Centro Universitário Fametro.
[3] Docente e orientadora do curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário Fametro.

1. INTRODUÇÃO

No cenário empresarial contemporâneo, a eficiência e a precisão nas operações contábeis são fundamentais para o sucesso e a sustentabilidade das organizações. Neste artigo, foi explorada a implementação de um novo modelo de escrituração contábil, que se destaca pela integração de sistemas de automação avançados. Esta inovação estratégica não só potencializa a produtividade e a eficiência das operações contábeis, mas também redefine o papel dos contadores, permitindo-lhes concentrar-se em tarefas mais analíticas e estratégicas. A automação contábil surge como uma resposta robusta às demandas por maior agilidade e precisão, oferecendo uma redução significativa de erros humanos e a aceleração de processos outrora manuais e extensos.

Segundo Groover (2011), a adoção de softwares de última geração assegura a captura e o processamento ágil e seguro de dados, garantindo a integridade das informações contábeis. O sistema automatizado de escrituração contábil melhora a eficácia operacional e facilita a conformidade com normas e regulamentações em constante evolução. A capacidade de atualizar práticas contábeis rapidamente minimiza riscos de inconformidade e fortalece a transparência e confiabilidade da empresa perante os stakeholders. A modernização da escrituração contábil também é um investimento no capital humano, já que os profissionais de atividades repetitivas, permitindo o desenvolvimento de competências estratégicas como análise financeira e consultoria estratégica, fomentando a inovação e a competitividade no longo prazo. Portanto, a automação contábil é uma necessidade premente para empresas que buscam excelência e liderança no mercado globalizado.

A metodologia de pesquisa em questão, tem foco na aplicação da análise SWOT, para levantamento dos problemas em questão e da ferramenta da qualidade 5W2H, para a resolução que permitiu uma abordagem aprofundada sobre os métodos que seriam utilizados para a proposta de melhoria. A seleção criteriosa das fontes literárias foi fundamental para a construção de um arcabouço teórico sólido que apoiou as hipóteses levantadas. A fase exploratória inicial foi crucial, visto que foi nela que se realizou o levantamento amplo do material existente, permitindo identificar as obras mais pertinentes.

O artigo justifica a implementação de um novo modelo de escrituração contábil que integra sistemas de automação como uma medida estratégica para aumentar a produtividade e eficiência das operações contábeis. A automação reduz erros humanos e acelera processos tradicionalmente manuais e extensos. Com softwares avançados, é possível capturar e processar dados de maneira mais rápida e segura, garantindo a integridade das informações e permitindo que os contadores se concentrem em tarefas mais analíticas e estratégicas. Além disso, a adoção de um sistema automatizado facilita a conformidade com normas e regulamentações vigentes, respondendo rapidamente às constantes mudanças na legislação fiscal e minimizando riscos de inconformidade e penalidades associadas. A inserção desse modelo automatizado representa um investimento no capital humano da empresa, liberando profissionais de atividades repetitivas e burocráticas para focarem no desenvolvimento de competências que agreguem maior valor ao negócio, como análise financeira e consultoria estratégica. Isso melhora a satisfação e a motivação da equipe, além de contribuir para a inovação e a competitividade da organização a longo prazo. Diante do exposto, questiona-se.

De que maneira, a otimização da escrituração contábil poderia influenciar na

eficiência e eficácia na operação contábil, aumentando a produtividade por meio de ferramentas tecnológicas de automação dentro da empresa CF Contabilidade Manaus?

Para esta proposta de solução foi definido como objetivo geral: Inserir um novo modelo de escrituração contábil, introduzindo sistemas de automação e potencializando a produtividade na empresa CF Contabilidade Manaus. Por meio deste, foram levantados os seguintes objetivos específicos; entender o conceito de escrituração contábil, analisando os impactos da tecnologia, benefícios e riscos da escrituração automática; explanar o conceito de sistemas de automação para automatizar a escrituração contábil e analisar as oportunidades e os desafios para implementá-la; mostrar os benefícios da eliminação da escrituração contábil manual e potencializar a produtividade.

O artigo apresentará três capítulos: o primeiro tem por finalidade entender o conceito de escrituração contábil, analisando os impactos da tecnologia, benefícios e riscos da escrituração automática, o segundo explanará o conceito de sistemas de automação para automatizar a escrituração contábil e analisar as oportunidades e os desafios para implementá-la e o terceiro tem o intuito de mostrar os benefícios da eliminação da escrituração contábil manual e potencializar a produtividade desta operação.

2. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A empresa foi fundada há aproximadamente 10 anos em Manaus, atuando como setor de contabilidade dentro de uma empresa privada que é considerada a maior rede de fast food do território brasileiro, após ter um insight de crescimento, o coordenador do escritório contábil decidiu explorar novos horizontes e se desvincular da empresa em que atuava, para abrir seu próprio escritório de contabilidade.

Porém, pelo fato de prestar um excelente serviço para a rede de fast food, o cliente decidiu concordar a favor da desvinculação do setor de contabilidade de sua empresa, porém ainda tomando serviços contábeis, por parte do coordenador na qual confiava há mais de 9 anos.

O CEO decidiu aderir a uma franquia renomada, considerada a maior rede de franquias de contabilidade da América do Sul, onde poderia utilizar um nome conhecido para acelerar os passos como escritório contábil e, assim, a empresa começou a crescer desenfreadamente e junto com ela os processos foram ficando cada vez maiores e mais repetitivos e após atingir um patamar de congelamento na entrega das obrigações acessórias contábeis, houve a identificação de que o escritório não poderia mais fechar acordos empresariais com nenhuma outra empresa, visto que o mesmo não possuía mais infraestrutura para suportar mais volumes de operações, podendo assim comprometer tanto a qualidade da prestação dos serviços, quanto a eficiência no geral.

3. ESCRITURAÇÃO CONTÁBIL

3.1. CONCEITO DE ESCRITURAÇÃO CONTÁBIL

A escrituração contábil é o processo pelo qual se registram todos os fatos e movimentos financeiros de uma empresa, de maneira cronológica, com o objetivo de fornecer informações precisas sobre o controle do patrimônio empresarial. Esse registro é fundamental para a gestão financeira, uma vez que atua como uma espécie de "memória" das atividades econômicas da empresa, permitindo a elaboração de relatórios

financeiros e auxiliando em auditorias. No Brasil, a escrituração contábil é obrigatória para todas as empresas, exceto para o Microempreendedor Individual (MEI), e ela deve ser apresentada anualmente à Receita Federal através do Sistema Público de Escrituração Digital (SPED).

> A escrituração contábil tem como referência formal ITG 2000 (R1), aprovada pela Resolução nº 2024/ITG 2000 (R1) do Conselho Federal de Contabilidade (CFC), em 12 de dezembro de 2014. O objetivo da escrituração contábil é registrar, de maneira formal e padronizada, os fatos contábeis. Um fato contábil é representado por pelo menos um conjunto de duas contas envolvendo bens, direitos, obrigações receitas e despesas. O nome de cada conta expressa sua natureza. (MONTOTO, 2022. Pg.107).

A escrituração contábil, portanto, é mais que um mero procedimento burocrático; ela é essencial para a transparência e a saúde financeira de uma empresa. Ao assegurar que todos os movimentos sejam registrados com precisão, a escrituração permite não apenas o cumprimento de obrigações legais, mas também a tomada de decisões estratégicas informadas. É um pilar para a sustentabilidade e o crescimento empresarial, refletindo a realidade econômica e possibilitando um planejamento eficaz para o futuro.

3.2. IMPACTOS DA TECNOLOGIA NA ESCRITURAÇÃO CONTÁBIL

As inovações tecnológicas têm revolucionado a prática da contabilidade, exercendo uma influência marcante no setor. A implementação de tecnologias emergentes como computação em nuvem, inteligência artificial e blockchain tem contribuído para aprimorar a eficácia e a exatidão dos processos contábeis. Tais avanços tecnológicos facilitam a automação de tarefas contábeis, incluindo a reconciliação de contas e a elaboração de relatórios financeiros, proporcionando economia de tempo e de recursos valiosos.

Segundo Hendriksen & Breda (1999) a Contabilidade se desenvolveu em resposta às mudanças ambientais, novas descobertas e avanços tecnológicos. Não há razão para acreditar que a Contabilidade não continuará a evoluir diante das mudanças que testemunhamos atualmente.

A globalização é frequentemente vista como um subproduto da evolução tecnológica, que nos permite, no século XXI, receber e transmitir informações online, engajar em diálogos em tempo real e concluir negócios rapidamente, sem a necessidade de deslocamento físico. A era da informática transformou os processos organizacionais, permitindo que grandes volumes de dados, antes negligenciados, recebam tratamento adequado. O fluxo de informações tornou- se fundamental para a tomada de decisões empresariais, sendo integrado aos sistemas de informação em vários níveis para atender a uma ampla gama de usuários. De acordo com Tjaden (1999, p.102), cerca de 80% (oitenta por cento) das mil empresas norte-americanas pesquisadas estão investindo mais em atividades de informação e na criação de ativos intelectuais do que na obtenção de retorno sobre capital investido.

Padovezze (2000, p.59-63) relata que um dos impactos do desenvolvimento tecnológico na Contabilidade é o aumento da automação. Atividades que antes eram

executadas manualmente agora são realizadas por softwares especializados, reduzindo o volume de papel e documentos na empresa. Rotinas comuns, como lançamentos de débitos e créditos, escrituração de livros fiscais, balancetes mensais, Balanço Patrimonial e Demonstração do Resultado do Exercício, são agora efetuadas dentro dos sistemas.

3.3. BENEFÍCIOS E RISCOS DA ESCRITURAÇÃO CONTÁBIL AUTOMÁTICA

3.3.1. BENEFÍCIOS

O uso de tecnologia na contabilidade ajuda a minimizar erros, elevar a produtividade e oferecer dados mais confiáveis e tempestivos para decisões estratégicas. Utilizando sistemas de informação, as organizações têm a capacidade de alcançar vários benefícios. Isso inclui a obtenção de informações com maior precisão, maior rapidez na tomada de decisões e um aumento na eficiência dos processos contábeis, conforme destacado por Grzeszezeszyn (2005) e Andrade et al. (2007).

Quadro 1 – Benefícios da automação na escrituração contábil

BENEFÍCIOS	
1	Diminuir erros
2	Aumentar a produtividade
3	Coletar dados confiáveis
4	Exercer a tempestividade

FONTE: Elaborado pelos autores, 2024

Eles são ferramentas que proporcionam uma série de vantagens, como a precisão das informações, que é fundamental para a confiabilidade dos dados. Além disso, a agilidade no processo decisório é crucial em um ambiente de negócios que está sempre mudando, permitindo que as organizações se adaptem rapidamente e mantenham a competitividade. Por fim, a eficiência melhorada no processo contábil não apenas economiza tempo, como também reduz a possibilidade de erros, contribuindo para uma gestão financeira mais robusta.

3.3.2. RISCOS

Contudo, enfrenta-se desafios como a necessidade de investimentos em tecnologia de ponta e a integração de sistemas heterogêneos. A automação também pode levar à redução de vagas de trabalho para contabilistas, os quais devem se adaptar e desenvolver novas competências e papéis profissionais.

De acordo com o relatório “Digital 2022 April Global Statshot” publicado pela Datareportal em 2022, atualmente, mais de cinco bilhões de pessoas ao redor do globo têm acesso à internet. Isso representa cerca de 63% da população mundial, que agora pode se conectar e acessar informações online. No entanto, o crescimento no número de usuários da internet tem sido acompanhado por um aumento nas atividades criminosas no espaço digital.

Segundo Turban et al. (2010) os sistemas de informação contábil só alcançarão eficácia se conseguirem, a partir dos dados consolidados, prover as informações esperadas sobre o patrimônio. Neste cenário, cabe ao Contador a tarefa de atribuir relevância aos dados que fundamentarão as informações. No entanto, apesar das vantagens trazidas pela automação nas atividades contábeis, é necessário considerar certos aspectos, tais como: Com o advento das novas tecnologias, os sistemas, embora entreguem informações com exatidão e agilidade, tornam-se suscetíveis a ataques de "vírus", que podem resultar na perda parcial ou total dos dados, acarretando retrabalho para o setor contábil; A operação de um sistema informatizado demanda que o usuário possua a qualificação necessária; Em face da vulnerabilidade dos sistemas, diante de invasões por hackers ou uso indevido de informações por parte dos funcionários, torna-se imprescindível que a empresa desenvolva métodos e/ou ferramentas para proteger suas informações e o aumento no volume de informações e no número de usuários das redes de computadores acarreta custos elevados para o desenvolvimento e manutenção dos sistemas pelas empresas.

Quadro 2 – Riscos da automação na escrituração contábil

	RISCOS
1	Erros de integração
2	Diminuição de empregos
3	Ataques cibernéticos
4	Perda de dados

FONTE: Elaborado pelos autores, 2024

As empresas são impactadas pelos riscos e ameaças tecnológicas, especialmente quando vulnerabilidades são identificadas em seus sistemas. Segundo Turban et al. (2010), essas vulnerabilidades nos sistemas de informação podem ser categorizadas em intencionais e não intencionais. As não intencionais dividem-se em três tipos: erros humanos, riscos ambientais e falhas nos sistemas de computadores.

4. SISTEMAS DE AUTOMAÇÃO

4.1. CONCEITO DE SISTEMAS DE AUTOMAÇÃO

O conceito de sistemas de automação refere-se à aplicação de tecnologias para realizar tarefas ou processos com o mínimo de intervenção humana. Isso pode incluir desde a automação de processos de negócios até a automação residencial e industrial. A ideia é otimizar e controlar os processos de produção ou operações, utilizando dispositivos eletrônicos e softwares para monitorar e gerenciar máquinas e equipamentos.

As operações que são sistematicamente organizadas e executadas com menor intervenção humana são conhecidas como automatizadas, o que representa uma evolução em relação aos métodos manuais tradicionais (GROOVER, 2011).

A automação é caracterizada pela execução sistemática de processos com mínima

intervenção humana, representando um avanço significativo em relação aos métodos manuais. Isso não apenas aumenta a eficiência, mas também pode melhorar a consistência e a precisão das operações.

De maneira mais específica, a automação de processos empresariais envolve a sua conversão em sistemas informatizados que se apoiam na tecnologia da informação para sua execução. (STADLER et al., 2013)

Essa transição para sistemas automatizados é fundamental para empresas que buscam competitividade e agilidade no mercado atual, onde a capacidade de se adaptar rapidamente e operar de forma eficiente pode ser um diferencial estratégico. Além disso, a automação pode liberar recursos humanos para se concentrarem em tarefas mais estratégicas e criativas, onde o julgamento humano e a tomada de decisões são cruciais.

4.2. AUTOMAÇÃO DA ESCRITURAÇÃO CONTÁBIL

A automação da escrituração contábil é um processo que utiliza ferramentas tecnológicas modernas e inteligentes, como softwares e aplicativos, para realizar automaticamente diversas atividades operacionais e repetitivas de um escritório de contabilidade. Segundo Cosenza (2001) isso está ligado à digitalização de processos e à otimização operacional, resultando em redução de custos e ganho de produtividade.

Durante a Revolução Industrial, surgiu uma necessidade crescente por informações detalhadas, particularmente no que diz respeito à mensuração regular dos resultados e à alocação dos custos de produção. Cosenza (2001) observa que esse período marcou uma fase de evolução na Contabilidade, com a adoção de conceitos focados no aprimoramento da eficiência e capacidade organizacional. Esforços foram direcionados para a organização sistemática das atividades contábeis, buscando aperfeiçoar os métodos de registro e estabelecer padrões de desempenho por meio da divisão do trabalho contábil.

Segundo Cosenza (2000) essa era foi significativa para a Contabilidade devido à ênfase na automação dos processos contábeis, visando alcançar níveis superiores de produtividade e eficiência, o que facilitaria a gestão da informação contábil.

A automação dos processos contábeis transformou significativamente a Contabilidade, permitindo um salto qualitativo em produtividade e eficiência. Com a introdução de softwares e sistemas especializados, a capacidade de processar grandes volumes de dados financeiros aumentou exponencialmente, reduzindo erros humanos e liberando os contadores para se concentrarem em tarefas analíticas e estratégicas. Além disso, a gestão da informação contábil tornou-se mais ágil e precisa, proporcionando uma base sólida para a tomada de decisões empresariais. Essa evolução continua a moldar o futuro da profissão contábil, à medida que novas tecnologias emergem e se integram aos processos existentes.

4.3. OPORTUNIDADES E DESAFIOS PARA IMPLEMENTAÇÃO

4.3.1. OPORTUNIDADES

A tecnologia é uma estratégia chave para empresas de contabilidade online que buscam oferecer serviços a baixo custo e criar um modelo de negócio escalável. Escritórios convencionais também podem se beneficiar da automação para melhorar a

eficiência operacional e aumentar a produtividade.

Conforme o CFC (2022. P.1) a contabilidade se transformou em um campo dinamizado por sistemas avançados, o que conduz a uma análise de dados robusta e aplicável.

Quadro 3 – Oportunidades da implementação

OPORTUNIDADES	
1	Diminuição de custos
2	Incremento na produtividade
3	Minimização de erros
4	Aceleração dos processos
5	Integração

FONTE: Elaborado pelos autores, 2024

A adoção de diversos softwares disponíveis comercialmente oferece múltiplos benefícios. Esses incluem a diminuição de custos, o incremento na produtividade, a minimização de erros, a aceleração dos processos, além de segurança e integração sistêmica.

4.3.2. DESAFIOS

Os desafios enfrentados abrangem a proteção de informações digitais, adaptações às alterações jurídicas, perigos relacionados à automação em demasia e aprimoramento de competências profissionais. Serviços que exigem análise específica e não são rotineiros podem ser mais difíceis de automatizar e geralmente requerem a intervenção de um profissional.

Os sistemas contábeis somente serão efetivos se conseguirem, através de dados sintetizados, prover as informações esperadas sobre o patrimônio. O papel do Contador é crucial para conferir significado aos dados que fundamentam essas informações. É necessário considerar certos aspectos, como apontado por Lunelli (2016): Com o advento de novas tecnologias, os sistemas, embora entreguem dados com exatidão e agilidade, tornam-se suscetíveis a ataques de vírus que podem resultar na perda total ou parcial dos dados, exigindo retrabalho contábil; A operação de um sistema computadorizado demanda qualificação específica do usuário; Face à vulnerabilidade dos sistemas frente a invasões de hackers ou uso indevido de informações por funcionários, torna-se imperativo que a empresa estabeleça métodos e instrumentos para proteger suas informações; O aumento no volume de informações e no número de usuários em redes de computadores acarreta custos elevados para o desenvolvimento e manutenção dos sistemas empresariais.

Quadro 4 – Desafios da implementação

DESAFIOS	
1	Ataques cibernéticos
2	Perda parcial de dados
3	Perda total de dados
4	Vírus
5	Hackers

FONTE: Elaborado pelos autores, 2024

Destaca-se o papel crucial do contador na interpretação e relevância dos dados, que são essenciais para refletir a realidade patrimonial de uma empresa. Além disso, aponta para os desafios trazidos pela automação e pela tecnologia, como a vulnerabilidade a ataques cibernéticos e a necessidade de qualificação dos usuários.

5. BENEFÍCIOS DA ELIMINAÇÃO DA ESCRITURAÇÃO CONTÁBIL MANUAL

É possível identificar algumas premissas fundamentais, como a noção de que a escrituração contábil digital tem como objetivo promover um ambiente empresarial mais favorável no Brasil. Para que isso seja alcançado, é essencial que as organizações confiem na escrituração digital e contem com contabilistas que estejam em busca das práticas mais eficazes.

Segundo Pimentel (2007, p. 58), em citação feita por Costa (2011), a competição leal é um componente intrínseco ao empreendedorismo, sendo um elemento crucial para o desenvolvimento do mercado econômico e um princípio fundamental da estrutura econômica e financeira do país. Isso ocorre porque a concorrência, quando exercida de maneira adequada, favorece tanto o consumidor, que tende a obter produtos e serviços a preços mais acessíveis, quanto o empresário, que tem a oportunidade de expandir a oferta de mercadorias e serviços.

De acordo com Padovezze (2000) destaca que o desenvolvimento tecnológico na Contabilidade é evidenciado pelo crescente nível de automação. Atividades que antes dependiam de procedimentos manuais agora são executadas por meio de softwares especializados, o que reduz a quantidade de papel e documentos circulando na empresa. Como ilustração dessa mudança, as tarefas rotineiras são agora efetuadas através desses sistemas.

A automação de atividades antes manuais por meio de softwares especializados não apenas otimiza processos, alinhando-se às práticas sustentáveis e à digitalização dos negócios. Essa transição para sistemas automatizados reflete uma evolução natural do setor, que acompanha as tendências tecnológicas e se adapta às novas demandas do mercado, garantindo precisão e agilidade nas operações contábeis.

5.1. POTENCIALIZANDO A PRODUTIVIDADE

A elevação da produtividade pode ser contemplada sob a perspectiva de dois

universos distintos, os quais abarcam duas concepções diferenciadas, porém complementares.

Empresas de variados tamanhos enfrentam desafios relacionados a ineficiências e produtividade reduzida em sua mão de obra, um problema que é constante ao longo do tempo. Em resposta a essas questões, Fredderick Taylor introduziu o método de custeio baseado em atividades, resultando em uma lucratividade ampliada graças a uma melhor distribuição dos custos. Por sua vez, Henri Fayol delineou as funções fundamentais da gestão, que incluem o planejamento, o controle, bem como a organização dos recursos e atividades, conforme descrito em Globo Livros (2014).

Segundo Carpi, Littman e Schmitz (2019) a tecnologia avançada e a análise de dados são essenciais para melhorar o desempenho da produção e otimizar o tempo de ciclo em linhas de produção totalmente automatizadas. Contudo, frequentemente, a implementação em larga escala de soluções tecnológicas resulta nas melhorias esperadas de produtividade, custo, qualidade ou confiabilidade.

A integração de tecnologias avançadas e análise de dados é crucial para aprimorar a eficiência e a qualidade em ambientes de produção automatizados. Mesmo a adoção dessas soluções em larga escala possa não sempre resultar nas melhorias antecipadas, é evidente que elas desempenham um papel fundamental na evolução contínua dos processos de manufatura. A chave para o sucesso reside na implementação cuidadosa e na adaptação constante às necessidades específicas de cada linha de produção.

6. METODOLOGIA

A metodologia de pesquisa em questão tem foco na aplicação da análise SWOT, para levantamento dos problemas em questão e da ferramenta da qualidade 5W2H, para a resolução que permitiu uma abordagem aprofundada sobre os métodos que seriam utilizados para a proposta de melhoria. A seleção criteriosa das fontes literárias foi fundamental para a construção de um arcabouço teórico sólido que apoiou as hipóteses levantadas. A fase exploratória inicial foi crucial, pois foi nela que se realizou o levantamento amplo do material existente, permitindo identificar as obras mais pertinentes.

> A técnica 5W2H é uma ferramenta prática que permite, a qualquer momento, identificar dados e rotinas mais importantes de um projeto ou de uma unidade de produção, também possibilita identificar quem é quem dentro da organização, o que faz e porque realiza tais atividades. (SEBRAE, 2008).

A fase exploratória inicial foi crucial, pois foi nela que se realizou o levantamento amplo do material existente, permitindo identificar as obras mais pertinentes. A escolha das 13 obras não foi aleatória; cada uma delas contribuiu de maneira significativa para a compreensão do assunto, enquanto as 8 excluídas não se alinharam com os objetivos propostos.

O uso do método observacional (Cozby, 2012; Danna & Matos, 2015; Gray, 2012) como principal técnica de coleta de dados foi particularmente interessante, visto que ofereceu uma visão interna e detalhada dos processos da empresa. Esta imersão nos procedimentos cotidianos da organização foi essencial para identificar os pontos

críticos e os desafios operacionais enfrentados. Os insights obtidos através desta técnica não apenas iluminaram as dificuldades encontradas, mas também abriram caminho para possíveis soluções e melhorias.

Além disso, a análise observacional proporcionou uma base empírica para a discussão teórica, criando um diálogo entre teoria e prática que enriqueceu o estudo. Os resultados dessa análise puderam revelar padrões, tendências e práticas que foram fundamentais para a compreensão aprofundada da problemática em questão.

6.1. DO PONTO DE VISTA DA NATUREZA DA PESQUISA

6.1.1. PESQUISA BÁSICA

O objetivo foi produzir novos conhecimentos que sejam úteis para o progresso das ciências, sem uma aplicação prática imediata. Envolvendo verdades e interesses de caráter universal. Esse tipo de pesquisa é frequentemente chamado de não dirigida (LOPES, 1991).

6.2. DO PONTO DE VISTA DA FORMA DE ABORDAGEM DO PROBLEMA

6.2.1. PESQUISA QUALITATIVA

Vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são bases no processo de pesquisa qualitativa. A pesquisa também pode ser qualitativa, quando busca-se saber quais são as características, qualidades e expectativas quanto a determinado fenômeno. Analisados depoimentos ou discursos dados pelas pessoas, colhendo depoimentos, é um exemplo de pesquisa qualitativa (GIL, 1999)

6.3. DO PONTO DE VISTA DE SEUS OBJETIVOS

6.3.1. PESQUISA EXPLORATÓRIA

Visou-se proporcionar maior familiaridade com o problema com vistas a torná-lo explícito ou a construir hipóteses. Envolveu o levantamento bibliográfico; entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; análise de exemplos que estimulem a compreensão. Assumindo, em geral, as formas de pesquisas bibliográficas e estudos de caso. A pesquisa consiste quando o tema escolhido é pouco explorado sendo difícil a formalização das hipóteses (OLIVEIRA, 2018).

6.4. DO PONTO DE VISTA DOS PROCEDIMENTOS TÉCNICOS

6.4.1. PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

O planejamento para a pesquisa foi elaborada a partir de material já publicado constituído principalmente de livros, arquivos de periódicos e com material disponibilizado na internet. A pesquisa bibliográfica é elaborada a partir de material já publicado, como livros, artigos, periódicos. Neste mesmo sentido, Gil (2007, p. 44) explica que os exemplos mais característicos desse tipo de pesquisa são investigações sobre ideologias ou aquelas que se propõem à análise das diversas posições acerca de um problema.

6.5. QUANTO AO MÉTODO DE OBSERVAÇÃO

6.5.1. OBSERVAÇÃO SISTEMÁTICA

A pesquisa reteve um planejamento prévio para o seu desenvolvimento. Sendo possível estruturar e realizar em condições controladas, com o objetivo e propostas previamente definidos. A observação sistemática envolve um olhar ordenado para ações, registros, análises e interpretação dessas ações (Cozby, 2012; Danna & Matos, 2015; Gray, 2012)

6.6. QUANTO AO MÉTODO DE ABORDAGEM

6.6.1. MÉTODO HIPOTÉTICO-DEDUTIVO

Iniciou-se pela percepção de uma lacuna nos conhecimentos, formulou-se uma hipótese e, pelo processo dedutivo, testou-se a predição da ocorrência de fenômenos. O Método hipotético-dedutivo consiste na construção de conjecturas, ou seja, premissas com alta probabilidade e que a construção seja similar, baseada nas hipóteses, isto é, caso as hipóteses sejam verdadeiras, as conjecturas também serão. (MARCONI e LAKATOS, 2017)

6.7. ANÁLISE SWOT

Realizado um levantamento abrangente do cenário operacional atual da empresa oferecendo uma perspectiva gerencial macro. Os pesquisadores comprometeram-se a adotar uma abordagem integral, séria e objetiva. Após a identificação de todas as ramificações e lacunas por meio da técnica de análise SWOT, o foco foi corrigir essas deficiências. Isto foi feito através da implementação de um plano de ação que visa o desenvolvimento e a melhoria contínua baseada nas inconformidades detectadas.

Quadro 5 – Análise SWOT

FORÇAS ▪ Ecossistema diversificado de ofertas ▪ Expertise em BPO Financeiro ▪ Serviços de Agência de Viagens ▪ Consultoria especializada ▪ Eficiência em Back-Office	**FRAQUEZAS** ▪ Processo de implantação de sistemas incompleto ▪ Dificuldade de acesso dos clientes no local ▪ Alta rotatividade de colaboradores ▪ Dependência de receita em um número limitado de clientes ▪ Comunicação interna ineficaz
OPORTUNIDADES ▪ Adoção de Inteligência Artificial ▪ Implementação de Sistemas e Contabilidade na nuvem ▪ Automação de e-mail marketing ▪ Sistemas de Backup automático ▪ Centralização de arquivos em um ambiente unificado	**AMEAÇAS** ▪ Emergência de novos concorrentes locais ▪ Risco de perda de arquivos ▪ Qualificação insuficiente dos colaboradores ▪ Elevada taxa de inadimplência dos clientes ▪ Excesso de ferramentas operacionais

FONTE: Elaborado pelos autores, 2024

6.8. FERRAMENTA 5W2H

A técnica 5W2H é uma ferramenta prática que permite, a qualquer momento, identificar dados e rotinas mais importantes de um projeto ou de uma unidade de produção (SEBRAE, 2008). Também possibilita identificar quem é quem dentro da organização, o que faz e porque realiza tais atividades.

Segundo o SEBRAE (2008), a técnica 5W2H é uma ferramenta prática que permite, a qualquer momento, identificar dados e rotinas mais importantes de um projeto ou de uma unidade de produção. Também possibilita identificar quem é quem dentro da organização, o que faz e porque realiza tais atividades. O método é constituído de sete perguntas, utilizadas para implementar soluções:

a) O quê? Qual a atividade? Qual é o assunto? O que deve ser medido? Quais os resultados dessa atividade? Quais atividades são dependentes dela? Quais atividades são necessárias para o início da tarefa? Quais os insumos necessários?

b) Quem? Quem conduz a operação? Qual a equipe responsável? Quem executará determinada atividade? Quem depende da execução da atividade? A atividade depende de quem para ser iniciada?

c) Onde? Onde a operação será conduzida? Em que lugar? Onde a atividade será executada? Onde serão feitas as reuniões presenciais da equipe?

d) Por quê? Por que a operação é necessária? Ela pode ser omitida? Por que a atividade é necessária? Por que a atividade não pode fundir-se com outra atividade? Por que A, B e C foram escolhidos para executar esta atividade?

e) Quando? Quando será feito? Quando será o início da atividade? Quando será o término? Quando serão as reuniões presenciais?

f) Como? Como conduzir a operação? De que maneira? Como a atividade será executada? Como acompanhar o desenvolvimento dessa atividade? Como A, B e C vão interagir para executar esta atividade?

g) Quanto custa realizar a mudança? Quanto custa a operação atual? Qual é a relação custo / benefício? Quanto tempo está previsto para a atividade?

Quadro 6 – Método 5W2H

MÉTODO 5W2H			
5W	What	O que?	Que ação será executada?
	Who	Quem?	Quem executará e participará da ação?
	Where	Onde?	Onde será executada a ação?
	When	Quando?	Quando a ação será executada?
	Why	Por quê?	Por que a ação será executada?
2H	How	Como?	Como será executada a ação?
	How much	Quanto custa?	Quanto custa para executa a ação?

FONTE: Adaptado pelos autores, 2024

6.9. APLICAÇÃO DA METODOLOGIA 5W2H NO PROCESSO DE ESCRITURAÇÃO

O que?	Quem?	Onde?	Quando?	Por quê?	Como?	Quanto custa?
Pesquisa do sistema	Nathan, Aline e Gestor	Empresa	1º de outubro a 30 de novembro	Para verificar qual sistema atende melhor a necessidade da empresa	Coletando contato comas outras unidades franquiadas	Orçamento médio de R$ 1.500,00 a R$ 7.000,00
Reunião de Demonstração	Nathan, Aline e Gestor	Empresa	1º de outubro a 30 de novembro	Para verificar se os módulos atendem	Marcando um vídeo chamada	Tempo médio de 1 hora
Contratação de Desenvolvedor	Gestor e RH	Empresa	1º de outubro a 30 de novembro	Para continuar o suporte após o sistema já estiver implementado	Constatando o RH para abertura de seleção	Verificar conforme a faixa de salário e qualificação
Período de Teste	Fiscal	Empresa	1º de outubro a 30 de novembro	Para evitar que a implementação imediata cause a perda de dados	Reservando um dos colaboradores para executar pelo novo sistema	Tempo médio de 60 dias
Implementação do Módulo Fiscal	Auxiliar Fiscal	Empresa	1º de outubro a 30 de novembro	Para adaptação coma interface e ajustes de algumas execuções	Reservando um colaborador para sinalizar os ajustes	Tempo médio de 60 dias
Implementação do Módulo Contábil	Auxiliar contábil	Empresa	1º de outubro a 30 de novembro	Para adaptação coma interface e ajustes de algumas execuções	Reservando um colaborador para sinalizar os ajustes	Tempo médio de 60 dias
Implementação do Módulo Departamento Pessoal	Auxiliar de DP	Empresa	1º de outubro a 30 de novembro	Para adaptação coma interface e ajustes de algumas execuções	Reservando um colaborador para sinalizar os ajustes	Tempo médio de 60 dias

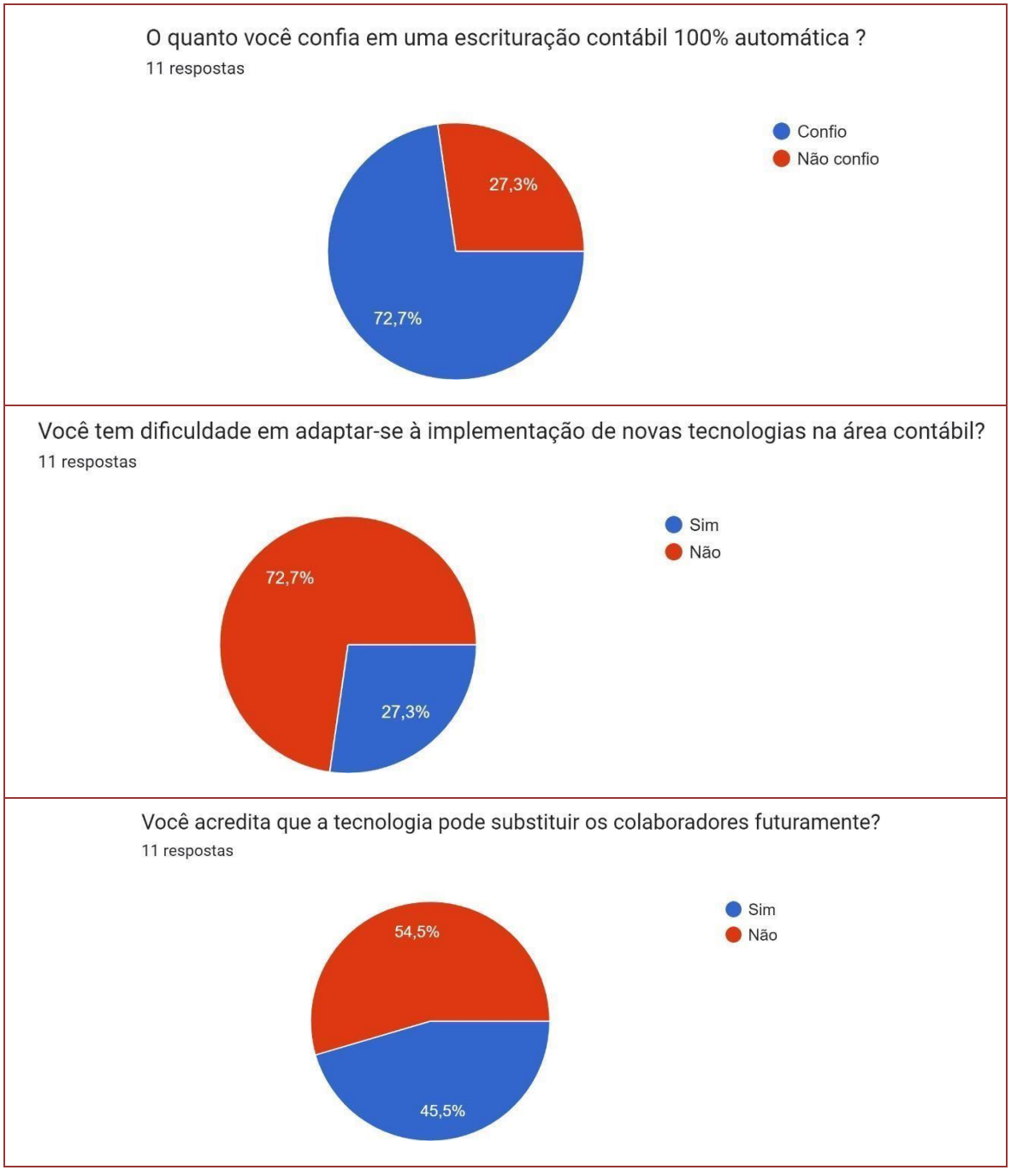
6.10. PROPOSTA DE SOLUÇÃO

Na análise de identificação e organização do cronograma do plano de ação para a implementação do sistema tecnológico que irá potencializar a escrituração contábil, foi visto um potencial de ajuste para as operações que necessitam de melhoria. Então dentro desta identificação, foi proposto uma jornada de implementação conforme o cronograma e passo a passo planejado no quadro de aplicação da metodologia 5W2H.

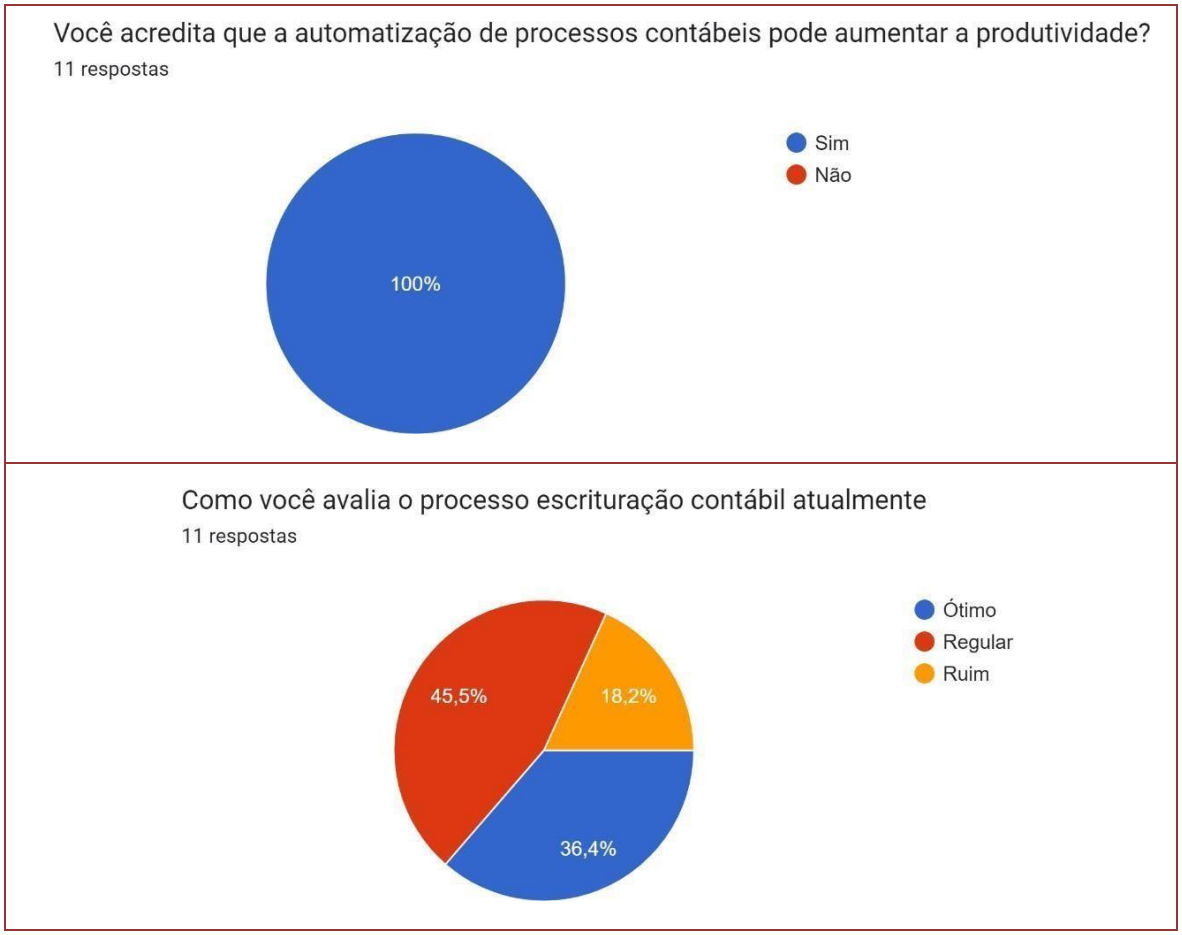
Iniciando pela pesquisa de um sistema de automação que faça a integração com o atual sistema utilizado na empresa, e assim nesta pesquisa de sistemas identificar qual o mais indicado que se encaixa melhor com as necessidades da empresa conforme o grau de adaptação dos colaboradores.

Toda a solução veio por meio do questionário feito a colaboradores da empresa contábil onde estava sendo aplicado o planejamento. Seguindo os questionamentos, levantamos os seguintes dados:

Quadro 7 – Questionamentos



Quadro 7 – Questionamentos (continuação)



FONTE: Elaborado pelos autores, 2024

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo analisou a implementação de um modelo tecnológico para melhorar a eficácia da escrituração contábil em uma unidade de uma grande franquia de contabilidade no Brasil. A pesquisa de campo identificou causas de atrasos nos processos contábeis, como lançamentos manuais repetitivos e sujeitos a erros humanos, utilizando a análise SWOT e a ferramenta 5W2H.

Com base nesses dados, foram propostas soluções de longo prazo para aumentar a eficiência e a eficácia dos procedimentos contábeis, reduzindo erros e atrasos. A automação contábil foi destacada como uma resposta às demandas por maior agilidade e precisão, permitindo que os contadores se concentrassem em tarefas mais analíticas e estratégicas. Segundo Groover (2011), a adoção de softwares avançados assegurou a captura e o processamento ágil e seguro de dados, melhorando a conformidade com normas e regulamentações e fortalecendo a transparência e confiabilidade da empresa. A modernização da escrituração contábil também representou um investimento no capital humano, liberando profissionais de atividades repetitivas para desenvolver competências estratégicas, como análise financeira e consultoria.

A metodologia de pesquisa focou na aplicação da análise SWOT e da ferramenta 5W2H, com uma seleção criteriosa de fontes literárias para construir um arcabouço teórico sólido. A fase exploratória inicial foi crucial para identificar as obras mais

pertinentes. O artigo justificou a implementação de um novo modelo de escrituração contábil automatizado como uma medida estratégica para aumentar a produtividade e eficiência, reduzir erros humanos e acelerar processos manuais.

A automação facilitou a conformidade com normas e regulamentações, minimizando riscos de inconformidade e penalidades. Além disso, representou um investimento no capital humano, melhorando a satisfação e a motivação da equipe, e contribuindo para a inovação e competitividade a longo prazo.

REFERÊNCIAS

[1] CORNACHIONE, JR. E. B. Informática aplicada às áreas de contabilidade, administração e economia. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2001.

[2] TIDD, J.; BESSANT, J. Gestão da inovação. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

[3] HURT, R. L. Sistemas de informações contábeis: conceitos básicos e temas atuais. tradução: Rodrigo Dubal; revisão técnica: André Luís Martinewski. 3. ed. – Dados eletrônicos. Porto Alegre: AMGH, 2014.

[4] IUDÍCIBUS, S. de. Teoria da contabilidade. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1987.

[5] SÁ, Antonio Lopes de. História da Contabilidade. Belo Horizonte: Editora Presidente, vols. 1, 2, 3, 1960-61.

[6] CORREIA, F. D. O sistema de informação para a contabilidade. 2013. Disponível em: <http://www.webartigos.com/artigos/o-sistema-de-informacao-para-acontabilidade/68718/>.

[7] PADOVEZE, C. L. Sistemas de informações contábeis: fundamentos e análise. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

[8] PIERRY, Luiz. Ildebrando. Inovação como diferencial competitivo no mercado globalizado. Porto Alegre: [s.n.], 2001. Disponível em: <http://www.enfato.com.be/artigos_det.php?tutu lo=10>.

[9] SANTOS, M. C. D. Fundamentos do sistema de informação. [2012]. Disponível em: <http://www.profdamasco.site.br.com/SlidesFundamentosSI.pdf>.

[10] BREDA, Zulmir Ivânio. Uma reflexão sobre os impactos da tecnologia na Contabilidade. 2019. Disponível em: https://cfc.org.br/destaque/uma-reflexao-sobreos-impactos-da-tecnologia-na-contabilidade/.

[11] CONSENZA, José Paulo; ROCCHI, Carlos Antonio de. A automação da escrituração contábil no Brasil: desenvolvimento e utilização do sistema ficha tríplice. Revista de Contabilidade: do Mestrado de Ciências Contábeis da UERJ, Rio de Janeiro, 2022.

[12] Resolução n.2014/ITG 2000 (R1) do Conselho Federal de Contabilidade, em 12 de Dezembro de 2014.

[13] Contabilidade Geral e Avançada – Esquematizado. / Eugenio Montoto – 8. Ed. Ver. ampl. e atual. – São Paulo: Editora JusPodivm, 2022. 1.232 p.

www.poisson.com.br
contato@poisson.com.br

@editorapoisson

https://www.facebook.com/editorapoisson